

Редакционная коллегия: С. Н. Лебедева, д-р экон. наук, профессор;
А. П. Бобович, канд. экон. наук, доцент;
Н. В. Лацкевич, канд. экон. наук, доцент;
Т. В. Гасанова, канд. экон. наук, доцент;
Т. В. Емельянова, канд. экон. наук, доцент

Рецензенты: И. В. Бабына, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой экономики и управления
Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины;
М. В. Тимошенко, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой мировой
и национальной экономики Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации

Эффективность сферы товарного обращения и труда : сборник научных статей
Э 94 III Писаренковских чтений / редкол. : С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. канд. экон.
наук, доцента Т. В. Гасановой. – Гомель : учреждение образования «Белорусский тор-
гово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. – 196 с.
ISBN 978-985-540-428-7

Сборник содержит научные статьи, отражающие состояние и проблемы измерения социальной и экономической эффективности деятельности субъектов хозяйствования сферы товарного обращения в условиях инновационного развития.

Проблема оценки и поиска подходов к измерению эффективности функционирования субъектов хозяйствования сферы товарного обращения является актуальной и значимой, о чем свидетельствует содержание статей, представленных в сборнике. Каждая статья имеет в разной степени научную новизну и отражает авторскую точку зрения на предмет исследования.

Статьи могут быть использованы в научно-исследовательской, практической и образовательной деятельности. Материалы сборника научных статей предназначены для научно-педагогических и практических работников, руководителей, специалистов, аспирантов и студентов.

УДК 339.14:331
ББК 65.42-40+65.24

ISBN 978-985-540-428-7

© Учреждение образования «Белорусский
торгово-экономический университет
потребительской кооперации», 2017

ПИСАРЕНКОВСКИЕ ЧТЕНИЯ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА»

УДК 331.2

Т. С. Алексеенко (atcpetr@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Л. М. Злотникова (lidia_zlotnikova@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

В. И. Мисюкевич (trfdecan@uccu.org.ua),
канд. экон. наук, доцент

Полтавский университет экономики
и торговли
г. Полтава, Украина

ТРУД И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

Инновационное развитие стало целью развития экономики и общества. Однако основной акцент в ее достижении сделан на революционные преобразования в технологиях и технике. Человек – единственный источник всех преобразований – остается в тени. В рамках статьи авторы сформулировали основные проблемы роли труда, его ценности в инновационном развитии, обосновав предложения по совершенствованию программ инновационного развития.

Innovation development has become the goal of economic and social development. However, the main emphasis in its achievement is on revolutionary changes in technology and technology. Man – the only source of all transformations – remains in the shadows. Within the framework of the article the authors formulated the main problems of the role of labor, its value in innovative development, substantiating proposals for improving innovative development programs.

Ключевые слова: труд; инновация; затраты; цена.

Key words: labor; innovation; costs; price.

Как и кем создается инновационная экономика – это основной предмет нашего небольшого исследования. Традиционно основное внимание общество и государство продолжают уделять материальным факторам производства. Очередное стремление государства к расширению потребления основано на реализации политики инновационного развития. Под ним понимается, прежде всего, радикальные изменения в структуре техники и технологий. Человек, который создает технику, внедряет и использует ее, оказывается вне контекста инновационных изменений. Со времен А. Смита господствует «экономический человек», духовность, нравственность и другие важные человеческие качества не представляют интерес для экономической науки. Экономическая наука, абстрагируясь от реального положения человека, его потребностей, ценностей, социальных притязаний, рассматривала его и продолжает отождествлять с фактором производства. Его основное назначение – соединение ресурсов производства.

Полномасштабное внедрение техники, отказ от универсального производителя поставили перед наукой огромное количество вопросов, связанных с использованием нового вида труда. Человек, получив возможность сократить физические усилия, оказался в ситуации радикального изменения структуры труда. Труд в обыденном сознании теряет привычные формы. Знания не только на вербальном уровне, но и в реальной жизни оказываются включенными во все производственные процессы. Высокими темпами растут требования к различным знаниям. Принятие «правильных решений» не только по выбору факторов производства, расстановке работников, но и управлению становится жизненно важным. Последние оказывают непосредственное

воздействие на прибыль конкретного собственника. Собственник ресурсов производства с начала XX в. попадает в зависимость от скорости обновления техники, технологий и знаний работника. Динамичность функционирования производства с данного периода становится своеобразной визитной карточкой. Стабильность производства предыдущих столетий осталась в истории.

Современное макроэкономическое моделирование и управление возможно только в условиях сохранения традиционного постоянства. Соответственно труд не должен подвергаться постоянным изменениям. История экономики свидетельствует о том, что именно изменения в структуре труда влекут за собой преобразования в материальном производстве. И в то же время обостряются проблемы оплаты труда. До тех пор, пока использование интеллектуального труда характеризовалось определенной степенью редкости, его носители оценивались выше, чем носители физического потенциала. Расширение использования интеллектуального труда в общественном производстве объективно усиливает внимание к проблемам методологии и практики формирования цены труда. Рост удельного веса умственного труда в условиях расширения международной экономической интеграции наглядно демонстрирует провалы рынка. Заработная плата, которая создает фундамент благосостояния, перестает зависеть от ценности и цены реализуемых товаров и услуг. Доходы работающих теряют связь с затратами труда. Все активнее они перераспределяются беззатратным способом. Современный реальный мир создания новых товаров и услуг, который часто именуется как «эпоха инновационного развития», переполнен проблемами поиска обработки информации. Асимметричность последней, ее неопределенность, возрастающий уровень несовпадения с ожиданиями потребителей влечет за собой несостоятельность рынка, как механизма регулирования.

Проблемы формирования заработной платы обостряются также по причине сложившегося неравенства между различными странами. В высокоразвитых странах вмешательство государства в регулирование доходов наемных работников приобретает массовый характер. Созданная после Первой мировой войны Международная организация труда в одной из первых деклараций провозгласила принципы оплаты труда, которые не только отрицают эффективность стихийного регулирования цены труда, но и провозглашают новые требования к созданию нормальных условий жизнедеятельности человека. Достойная заработная плата стала важнейшим базовым принципом организации материального производства.

В конвенции Международной организации труда «Об охране заработной платы» от 1 июля 1949 г. № 95 провозглашено следующее: «... термин «заработная плата» означает независимо от названия и метода исчисления всякое вознаграждение или всякий заработок, исчисляемые в деньгах и установленные соглашением или национальным законодательством, которые в силу письменного или устного договора о найме предприниматель уплачивает трудящимся за труд, который либо выполнен, либо должен быть выполнен, или услуги, которые либо оказаны, либо должны быть оказаны» [1]. Приведенное положение позволяет говорить о том, что заработная плата не может находиться в зависимости от цены произведенного товара или оказанной услуги. В контексте инновационного развития это носит принципиальный характер.

Отдача от разработки инновационных товаров и технологий принципиально отличается от их производителей, характеризуется высокой степенью риска, невозможностью не только планировать затраты, но прогнозировать временные лаги конкретных результатов. Учитывая тот факт, что инновация – это результат особого вида умственной деятельности, его организации, мотивации, а также невозможность использования традиционных систем стимулирования, требуются дополнительные системные научные исследования. Их ключевой целью должны стать проблемы человеческого капитала, соответствующего инновационному развитию. К сожалению, государственные программы инновационного обновления промышленного производства не нацелены на финансирование инновационного человеческого капитала. Мы понимаем его как институциональную систему подготовки, переподготовки специалистов в области естественных, гуманитарных, экономических и естественных наук, создание новой, принципиально отличной от действующей системы подбора и расстановки управленческого персонала. Решающее значение для успешного технико-технологического и экономического развития имеет последовательный и настойчивый отказ от социальных и политических институтов. Еще в начале XX в. Й. Шумпетер [2] обратил внимание на сложность инновационного обновления, которое осуществляется в условиях действия старых организационных форм и стереотипов.

Инновационное развитие требует не только новых производственных технологий, но и учета сложности социальных, экономических систем, выделения в них базовых, опорных элементов. Труд и оплата труда в условиях инновационной экономики приобретает колоссальное

значение. Методологические принципы классического экономического равновесия на рынке труда подвергаются серьезным экзаменам. Спрос на труд и предложение труда приобретает новую сущность. В классической экономической теории предложение труда характеризуется действующей системой подготовки высококвалифицированных специалистов, а спрос на труд формируется с учетом производственной специфики. В современных условиях модернизации производства основным действующим субъектом выступает государство. Анализ обозначенных факторов позволяет сформулировать некоторые проблемы трудовых отношений в инновационном развитии материального производства. Во-первых, практическое отсутствие эффективной системы оценки труда. Во-вторых, государственная программа инновационного развития некоторых отраслей реализуется в условиях господства бюрократического контроля. В-третьих, в обществе отсутствуют условия по преобразованию социальной и экономической инфраструктуры, соответствующей инновационному уровню технико-технологического потенциала. В-четвертых, системные изменения в обществе могут принести прогнозируемую отдачу; повышение эффективности использования трудового потенциала должно сопровождаться сознательным социальным контролем над экономикой, включая, прежде всего, оценку труда и финансирование государственных инновационных проектов.

Материальное потребление, ставшее символом благополучия, характеризуется высоким уровнем абстракции и неопределенности. Это означает, что потребители ничего практически не знают о структуре не только производства в ближайшей перспективе, но и занятости. Проблема ценности труда инновационных преобразований осложняется эмпирическим отрицанием прочных связей между ролью заработной платы в инвестировании производства. Человек – не только потребитель, производитель, но и источник финансирования. Его доходы в соответствии с кейнсианской теорией делятся на потребление и сбережения. Производитель, организуя собственное существование, формирует структуру и объемы производства. Государственная практика в сфере заработной платы теоретически не обоснована. Сдерживание роста заработной платы ведет к сокращению производства, ухудшению инвестиционного климата, отказу производителей от его обновления.

Инновационное развитие все чаще базируется на использовании технологий, которые можно охарактеризовать как «скоропортящийся продукт». Инновационное развитие – это постоянное нарушение стабильности, сложно регулируемое, полностью отрицающее принципы классической экономической теории, и использование классической методологии зависимости цены труда от цены товара не выдерживает критики. Ситуация в сфере оплаты труда осложняется еще и тем, что все инновации находятся в полной зависимости от умственного труда. Умственный труд абсолютно неотделим от всех видов отношений между людьми (на производстве, в коммуникациях, сфере культуры, потребностях в освоении, использовании природных ресурсов и т. д.). Реальное состояние материального производства и потребления не может быть описано только на основе анализа трех фундаментальных факторов. Внутреннее строение социальной организации современного общества, оказавшись в полной зависимости от уровня развитости сознания, теоретически не принимается во внимание. Умственный потенциал не ограничивается набором (часто абстрактным) производственных функций и некоторого объема компетенций.

Еще во времена Аристотеля использовалось понятие «жизненный дух». Прошло много столетий, и общество оказалось в ситуации, когда ценность любого вида деятельности гипотетически определяется отношением к ней человека. Все чаще встречающееся в научной и публицистической литературе понятие «дух хозяйственной деятельности» говорит о том, что результаты общественного производства не ограничиваются механическим выполнением производственных навыков. Усложнение технологий ужесточает требования к осознанному поведению работника, его ответственности, особенно в нестандартных ситуациях. Однако сознание не исследуется как компонент трудовой деятельности. Это ведет к отказу от познания истинных механизмов стоимости труда. Становится очевидным, что отождествление человека со смитовской оценкой его «экономической природы» не только устарело, но и служит своеобразной системой торможения внутренних механизмов дальнейшего развития. Гипотетически адекватное понимание роли труда в условиях инновационного развития должно включать сознательную деятельность. Сознательная деятельность проявляется в рациональном разграничении прибыли и удовлетворении потребностей. Получение прибыли сопровождается отказом собственника от процессов, не имеющих количественных измерений. Подлинность потребностей определяется их функциональной способностью развивать человека, делать жизнь легче, интереснее, разнообразнее и т. д. Стремление к высокой прибыли неизбежно сопровождается

культивированием праздного потребления. Праздность, как и бедность, не были и никогда не будут заинтересованы в рискованном изменении структуры потребления. Инновационное развитие – это уникальная форма совершенствования общественных отношений, сочетающая в себе интенсивное и экстенсивное. Экстенсивное проявляется в постоянном росте количества тех, кто сочетает новое мышление, поведение, ценности и высоко сознательное отношение ко всем видам жизнедеятельности; интенсивное – в скорости овладения новыми принципами, формами поведения и способности освобождаться от стереотипов.

В заключение хотелось бы обратить внимание на следующее. Проблемам инновационного развития посвящено множество публикаций, приняты определенные государственные меры и действия. Объектом особого внимания служит технико-технологический компонент. Выдвижение на первый план особой ценности сознательного труда подвергает сомнению принципы монетаристской доктрины. Проводимая в последние годы либерализация экономических отношений оказывает негативное воздействие на формирование, развитие и эффективное использование человеческого капитала. Свою роль в негативном отношении к повышению цены труда продолжает оказывать утилитарный догматизм, провозглашающий господство частной собственности любой ценой. Примитивное толкование капитализации общественных отношений, включая социализацию человека, находит отражение в отождествлении общественных и частных благ. Гипотетически этот процесс влечет за собой провал экономической политики инновационного обновления. Инновационное развитие невозможно без радикальных преобразований в определении ценности человека, его умственных и физических затрат.

Список использованной литературы

1. **Об охране** заработной платы : Конвенция Международной организации труда от 1 июля 1949 г. № 95 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kadrovik.ru/docs/konvenciya.mot.n.95.htm>. – Дата доступа : 10.07.2016.

2. **Шумпетер, Й.** Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 401 с.

УДК 658.818:339.13

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

О. А. Бурцева (oxana_burtsava@mail.ru),
ст. преподаватель

Л. В. Мищенко (ludmila.v.m@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье отражены современные подходы по применению программ лояльности как одной из современных технологий маркетинга для повышения конкурентоспособности розничных торговых организаций. Определены основополагающие составляющие программ лояльности розничной торговой сети на современном этапе развития отечественного ритейла.

The article reflects modern approaches to the application of loyalty programs as one of the modern marketing technologies for increasing the competitiveness of retail trade organizations. The basic components of loyalty programs of the retail trade network at the present stage of development of domestic retail are determined.

Ключевые слова: лояльность; программа лояльности; технология маркетинга; конкурентоспособность; торговая организация; потребитель.

Key words: loyalty; loyalty program; marketing technology; competitiveness; trade organization; consumer.

Одним из основополагающих принципов рыночной экономики является свободная конкуренция субъектов хозяйствования. В условиях неустоявшейся конкурентоспособности для торговых организаций так или иначе требуется определение инструментария для повышения их конкурентоспособности на рынке. Без внедрения и использования современных маркетинговых подходов в практической деятельности розничные торговые организации не могут достичь устойчивого преимущества на рынке ритейла.

Широко признан тот факт, что лояльность является ключевой определяющей долгосрочного финансового успеха розничной торговой организации, ее конкурентоспособности, поэтому необходимо постоянно поддерживать обратную связь с потребителями, сохраняя уровень их лояльности. Практика показывает, что залог долговременного успеха торгового бизнеса – работа над поддержанием увеличивающегося ядра лояльных потребителей. От того, насколько успешно торговые организации смогут управлять связями с партнерами по бизнесу и конечными потребителями, зависит их прибыль.

Лояльность – от английского слова «loyal» (верный, преданный) – это, прежде всего, положительное отношение покупателя к магазину. Лояльность – это эмоция клиента, который приходит в определенный магазин, несмотря на наличие других, финансово более выгодных предложений на рынке. В этом и заключается ее основное отличие от удовлетворенности, так как лояльность – это отнюдь не рациональная оценка магазина, а следствие неких, часто бессознательно воспринимаемых факторов. Ведь когда покупатель лоялен, он может простить и более высокие цены, и отдельные погрешности в обслуживании [1, с. 10].

Одним из приоритетов сохранения лояльности потребителей является разработка и внедрение соответствующих программ лояльности, которые призваны мотивировать повторные покупки посредством обеспечения вознаграждения клиентов с учетом их долгосрочных отношений с торговой организацией.

Программа лояльности является одним из маркетинговых инструментов, помогающим оптимизации взаимоотношений организаций, предоставляющих торговые услуги, с клиентами и позволяющим поддерживать лояльность клиентов, увеличивать частоту и сумму покупки. Целью применения программ лояльности в розничной торговой сети является не только привлечение новых потребителей, но и установление долгосрочных взаимоотношений с уже имеющимися покупателями. Идея этих программ состоит в том, что розничная торговая организация, являющаяся организатором программы, стимулирует своих потребителей изменять свое поведение или отношение в нужном для нее направлении, предлагая взамен более выгодные условия обслуживания или дополнительный сервис. В основе любой такой программы лежит принцип поощрения клиента.

Маркетинговые программы по повышению лояльности начали использовать в США уже в 1950-е гг., однако широкое распространение в мире они получили в 1990-е гг., что было связано с резким увеличением конкуренции на рынке розничной торговли. В настоящее время в США около 40% розничных продовольственных магазинов осуществляют программы по повышению лояльности. Около 75% покупателей в США обладают картами постоянных клиентов различных розничных сетей, при этом 41% покупателей всегда совершает покупки в магазинах, чьим постоянным покупателем является [2, с. 51].

Существует множество различных программ лояльности, авторов, агентств, которые предлагают свои подходы к решению проблемы создания лояльности. И очевидно одно: сколько торговых организаций – столько и «лояльностей». Каждой торговой организации нужно выбрать свою программу лояльности, свой собственный подход.

Широкое внедрение программ лояльности в мировой практике в полной мере характерно и для отечественного ритейла. В настоящее время многие розничные торговые сети Республики Беларусь в своей деятельности широко используют различные бонусные и дисконтные программы, призы, акции с целью привлечения постоянных, а значит, лояльных покупателей. Кроме того, нельзя забывать, что создавать лояльность следует не к программам, а товарам, услугам и самой торговой организации в первую очередь.

Программы лояльности, если они правильно составлены и верно применяются, дают синкретизм выгод. К арсеналу выгод при этом относятся закрепление за собой постоянного клиента; сохранение и увеличение уровня продаж за счет постоянных клиентов; возможность материального и психологического поощрения клиентов; возможность персонального обращения к клиенту с учетом его психографических характеристик; увеличение размера разовых покупок постоянных клиентов; фокусирование внимания на определенной группе клиентов и, соответственно, применение своих стимулов к тем клиентам, которые дают максимальную отдачу;

возможность привлечения постоянных клиентов к продвижению предлагаемого продукта; оптимизация отношений с поставщиками; возможность комбинации продажи; возможность дополнительных продаж.

Кроме того, программы лояльности побуждают покупать больше и чаще; помогают организациям наладить массовую связь с покупателями, давая им возможность поблагодарить покупателей за большие траты или выяснить причины снижения трат; развивают доверие к бренду организации; дают организациям возможность отслеживать тенденции, в особенности смену вкусов или потребительского поведения; позволяют оптимизировать расходы на маркетинг, помогая розничным торговым организациям делать правильные предложения потребителям.

Вместе с тем существует ряд недостатков программ лояльности, среди которых, в первую очередь, можно выделить следующие: избыток информации о картах, чеках, бонусах, которую необходимо постоянно отслеживать; затраты участниками времени на такие действия, как отрыв купонов, сохранение талонов, чеков, запоминание идентификационных номеров; несовершенство некоторых программ с точки зрения удобства пользования и запутанность правил; ограниченный срок действия; искусственно вводимые ограничения на размер вознаграждения участников; отсутствие заинтересованности со стороны сотрудников организации; частые изменения правил.

Как показывает практика, популярность программ лояльности высока и продолжает расти. Прогнозы рынка говорят о том, что эта тенденция сохранится еще достаточно продолжительное время. Программы, вероятнее всего, станут глобальными, а уровень вознаграждения и простота участия будут определяющими факторами успеха торгового бизнеса [3].

Немаловажное значение для успешного применения программ лояльности в розничной торговой сети Республики Беларусь имеет соблюдение определенных этапов их разработки и внедрения, что отражено на нижеприведенном рисунке.

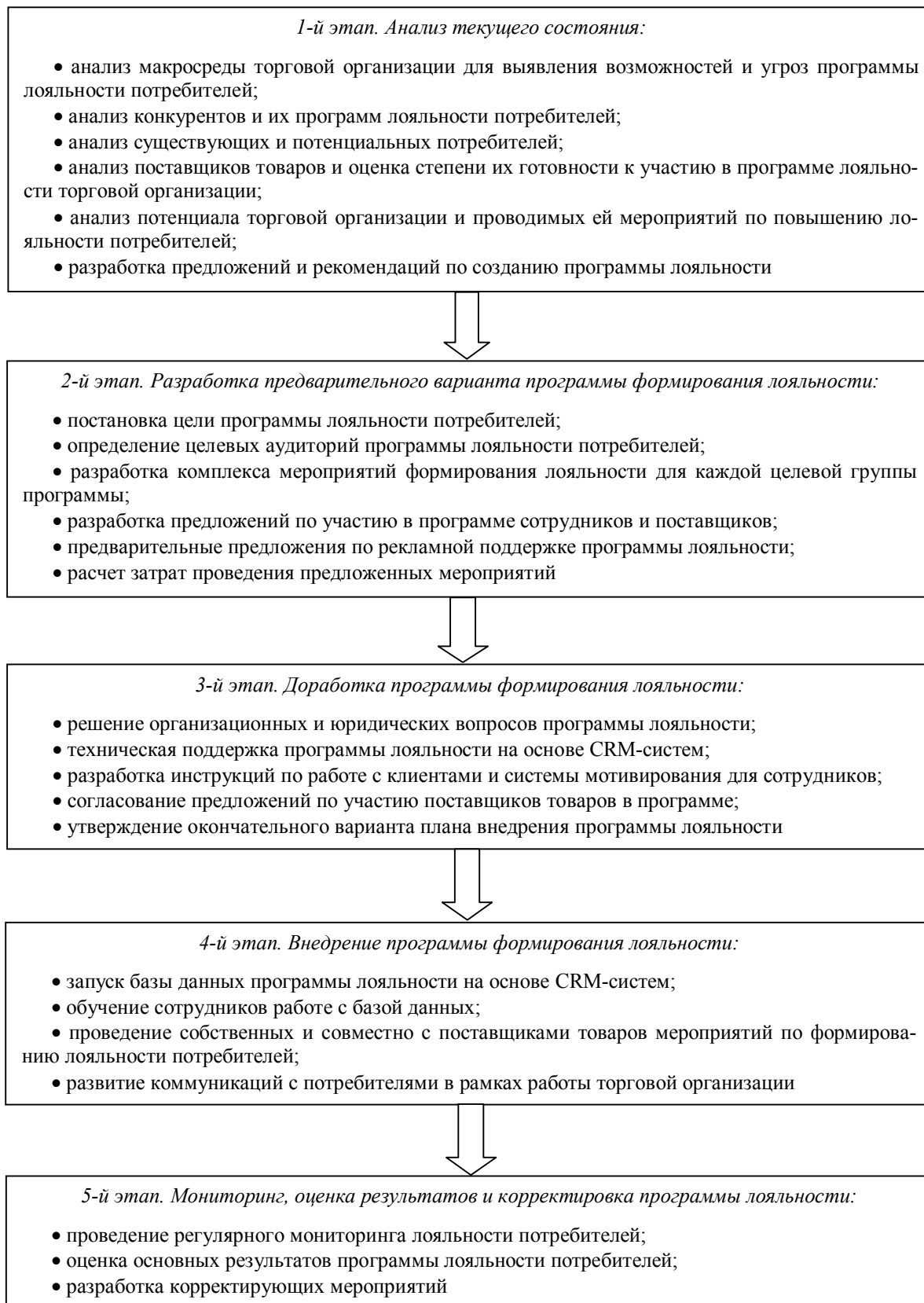
При выделении этапов разработки и внедрения программы лояльности в розничную торговую сеть Республики Беларусь предлагается учесть следующие аспекты: качество продукта; квалифицированный персонал; четкое понимание целей внедрения программы; привилегии программы, интересные для ее участников; техническая и технологическая базы; экономическое обоснование программы, обеспечение интересов всех сторон, без наличия и выполнения которых эффективность программы не может быть достигнута.

На начальном этапе создания программы лояльности необходимо четко сформулировать ее цели – впоследствии это поможет оценить успешность проекта. Основная задача любой программы лояльности состоит в увеличении прибыли торговой организации, ее доходов и доли рынка. Среди других важных целей, способствующих достижению ключевой, следует отметить удержание существующих и привлечение новых клиентов, накопление обширной базы данных о них, создание возможности обмена сведениями между торговой организацией и ее потребителями.

Немаловажным фактором успеха по внедрению программ лояльности в розничной торговой сети Республики Беларусь является проведение сегментирования потребителей рынка ритейла. Современные технологии новой экономики позволяют осуществлять сегментацию рынка сбыта не только на основе традиционных критериев (вроде уровня дохода, возраста, семейного положения) потенциальных клиентов, но и с помощью совершенно новых параметров дифференциации, например по отношению к инновациям. В зависимости от того, как потенциальные покупатели станут реагировать на новый продукт или новую услугу, торговая организация может использовать различные схемы лояльности для различных категорий потенциальных потребителей.

Однако изначально необходимо определить те факторы, которые наиболее существенны для выделенной группы. В результате маркетингового исследования могут быть выделены так называемые функциональные выгоды (качество продукта и его конкурентные преимущества), процессуальные выгоды (легкость приобретения), сервисные выгоды (специальные сервисные пакеты, дисконтные программы и т. д.). Как только торговая организация определит совокупность этих факторов, она должна направить усилия на их развитие, ориентируясь в основном на наиболее значимую целевую группу потребителей.

**Этапы разработки и внедрения программы лояльности в розничную
торговую сеть Республики Беларусь**



Процесс внедрения программы лояльности для розничных торговых объектов Республики Беларусь должен включать в себя следующие мероприятия: распространение приказа о внедрении программы лояльности, т. е. все сотрудники организации должны быть ознакомлены с приказом о внедрении программы лояльности и требованиями, которые должны соблюдаться

при ее использовании; распространение внутренних разъяснительных писем по внедрению программы лояльности (при этом необходимо убедиться, что все сотрудники ознакомлены с требованиями по соблюдению условий программы); проведение внутренних семинаров по программам лояльности, на которых руководство разъясняет, для чего необходима программа лояльности и как ее необходимо использовать; проведение специальных тренингов для сотрудников, непосредственно работающих с элементами программы лояльности; изготовление рекламно-полиграфической продукции в соответствии с концепцией предлагаемой программы лояльности; выпуск дисконтных магнитных карт; реклама в средствах массовой информации о проведении программы лояльности; размещение информации в торговом объекте.

Внедрение программы лояльности требует определенных затрат от организации. Эти затраты можно спрогнозировать, рассчитав стоимость отдельных мероприятий по внедрению программы лояльности. Кроме того, для того чтобы программа лояльности успешно работала, необходимо соблюдать следующие аспекты:

- Условия участия в системе вознаграждений должны быть понятными и открытыми для участников программы, так как они должны четко представлять, как связаны между собой уровень обслуживания и сумма их покупок.

- Для самой верхней ступени программы желательно предусмотреть услуги, которые будут превосходить ожидания потребителей.

- Уровень привлечения, т. е. базовые услуги, которые предоставляются всем потребителям, также должны быть определены и понятны.

- В разработке программы должны принимать участие сотрудники всех звеньев, поскольку это, во-первых, поможет расширить спектр услуг, а во-вторых, создать ситуацию вовлеченности, так как повышение лояльности возможно, если процесс стал делом всего коллектива.

- Должны быть обеспечены стабильность и постоянство заявленных услуг.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что программа лояльности в розничной торговой сети представляет собой комплекс мер, направленных на поощрение потребителей с целью установления долгосрочных отношений с лояльно настроенными покупателями. Необходимость разработки соответствующего подхода к формированию и поддержанию лояльности потребителей должна рассматриваться как важный стратегический ресурс успешного функционирования торговой организации на рынке Республики Беларусь. Систематизация процессов повышения лояльности клиентов розничных торговых организаций будет способствовать привлечению и удержанию новых покупателей в условиях усиления конкуренции на рынке отечественного ритейла.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Лояльность потребителей: методы оценки : тексты лекций / Т. Н. Байбардина, Г. Н. Кожухова. – Гомель : ЦИИР, 2009. – 57 с.
2. **Винокурова, О. С.** Оптимизация программ лояльности на рынке розничной торговли / О. С. Винокурова // Экон. анализ: теория и практика. – 2010. – № 11 (176). – С. 51–60.
3. **Блэкуэлл, Р.** Поведение потребителей : учеб. / Р. Блэкуэлл, П. Миниорд. – СПб. : Питер, 2007. – 943 с.

ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ВНЕДРЕНИЯ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В предложенной статье отражены современные тенденции формирования и внедрения программ лояльности сетевой торговли Республики Беларусь. Выявлены и систематизированы существующие подходы к использованию бонусных и дисконтных программ в практической деятельности белорусского ритейла.

Current trends of formation and introduction of programs of loyalty of network trade of Republic of Belarus are reflected in the offered article. The existing approaches to use of bonus and discount programs in practical activities of the Belarusian retail are revealed and systematized.

Ключевые слова: потребитель; программа лояльности; бонусная программа; розничная торговая сеть; дисконт.

Key words: loyalty program; bonus program; retail chain stores; discount.

Одно из условий существования рынка – присутствие на нем покупателя или потребителя товаров и услуг. Роль потребителя для развития рынка и рыночных отношений исключительна велика, так как ею предопределяются объемы продаж и производства, а также ассортиментный состав товаров, на которые есть спрос.

Изменение структуры предпочтений и ценностей потребителей привело к развитию новых форм торговли, потребовало от торговых организаций переоценки стратегий маркетинга в области коммуникативной и товарной политики в сторону индивидуализации отношений с покупателями. В последние годы стремительно растет роль маркетингового подхода в продвижении товаров. Усиливается конкуренция на уровне как производителей, так и розничных операторов, что привело к необходимости глубокого изучения закономерностей выбора товаров потребителями и их поведения [1].

Современная специфика поведения потребителей во многом предопределяет эффективную маркетинговую активность, а также задает условия для взаимовлияния традиционных и «социально-активных» инструментов маркетинга. Сегодня основная цель ритейла – предугадать желания потребителей, а современные технологии позволяют реализовать инновационный подход в удовлетворении их спроса.

Как показывает практика, привлекают внимание такие торговые центры, в которых потребитель может получить более выгодные предложения, поскольку современные потребители стали в своем потребительском поведении более рачительными. Не секрет, что цена является важным фактором при выборе того или иного магазина. На самом деле, охота за выгодой зачастую вызывает особый интерес у потребителей: в мире 59% респондентов говорят, что им нравится тратить время на поиск выгодных предложений во время продуктового шопинга.

Что касается белорусских потребителей, то тенденция рачительности и экономии присуща и для них. По результатам анализа рынка Международного агентства социальных и маркетинговых исследований к концу 2015 г. начали экономить большинство белорусских покупателей (87,6%). В ходе исследования, в котором приняли участие 1 000 респондентов в возрасте от 18 до 64 лет, было выявлено, что более половины опрошенных готовы отказаться от покупки в торговой точке, где они регулярно делают покупки, и поехать в другую, где есть скидки и акции [2].

Ситуация специфична еще и тем, что в период кризиса потребители значительно сократили свои расходы, но привычку ходить по магазинам не бросили. Таким образом, перед ри-

тейлерами остро встает вопрос в необходимости привлечь их в магазины за счет использования современных технологий маркетинга, что заставит покупателя приходить вновь и вновь и в идеале простимулирует их покупательскую активность.

Практика показывает, что в ближайшие годы главными орудиями конкуренции в ритейле станут не только уровень сервиса, качество товаров, но и интересные маркетинговые концепции привлечения потребителей с учетом понимания их нужд и предпочтений. Именно понимание нужд покупателей может стать для ритейлеров дифференциатором и конкурентным преимуществом на рынке, а также ключевым элементом в наращивании доли.

Доказано, что именно потребитель определяет выбор торговой сети, а значит, способствует его популяризации и прибыльности на рынке. В настоящее время основной удельный вес покупок потребителями в Республике Беларусь приходится на сетевую торговлю, которая является, пожалуй, одной из наиболее динамично развивающихся отраслей белорусской экономики. Конкуренция в этой сфере стала расти высокими темпами на фоне активной экспансии зарубежных торговых сетей на белорусский рынок, высоких темпов распространения электронной торговли. В этих условиях меняются привычные подходы к обслуживанию потребителей, и поэтому представители белорусского бизнеса все активнее начинают внедрять такие современные маркетинговые технологии, как скидочные и бонусные программы, различные виды дисконтов, поощрительные призы и др.

Развитие инструментов маркетинга розничной торговли не стоит на месте. Постоянно появляются новые технологии, которые помогают своевременно решать возникающие задачи, реагировать на переменчивое покупательское поведение и добиваться клиентской лояльности.

Привлечь потребителя в магазин без дисконта в настоящее время практически невозможно, и потому все сети и торговые центры активно развивают скидочные и бонусные программы. Однако каждая торговая сеть старается использовать такие программы лояльности, которые обеспечивали бы конкурентные преимущества на рынке ритейла.

Так, максимальная скидка, которую можно получить по карте в торговой сети «Корона», составляет 5% при условии, что за три месяца потребитель потратит в магазине более 1 800 деноминированных рублей. Система скидок накопительная: чем больше потребитель тратит, тем большую скидку он получает. Минимальная скидка в 1% предоставляется при покупке от 50 деноминированных рублей. «Копить» скидку можно три месяца – через каждые 90 дней сумма покупки обнуляется. Карту можно одалживать друзьям и родным. Стоимость дисконтной карты – 2 деноминированных рубля.

В таблице 1 представлена зависимость предоставляемой скидки от суммы совершенных покупок покупателем в торговой сети «Корона».

Таблица 1 – Зависимость предоставляемой скидки от суммы покупок, совершенных покупателем в торговой сети «Корона»

Сумма покупок, р.	Скидка, %
50–300	1
300–800	2
800–1 200	3
1200–1 800	4
Более 1 800	5
Примечание – Источник [3].	

В торговой сети «Евроопт» скидка зависит от покупок в предыдущем месяце. Максимальная скидка составляет 5%, которая предоставляется с суммы за месяц в 700 деноминированных рублей. Если покупатель приобретает карту, то до конца месяца ему предоставляется скидка в размере 1%. Далее размер скидки зависит от суммы всех покупок за предыдущий месяц. Приобрести дисконтную карту можно на кассе в любом магазине сети. Стоимость дисконтной карты составляет 0,9 р. Кроме того, в торговой сети «Евроопт» существует специальная дисконтная программа для пенсионеров: с 9 до 15 ч по будням им предоставляется скидка 3%. Дисконтная карта в таком случае выдается бесплатно при предъявлении пенсионного удостоверения (таблица 2).

Таблица 2 – Зависимость предоставляемой скидки от суммы покупок, совершенных покупателем в торговой сети «Евроопт»

Сумма покупок, р.	Скидка, %
Менее 100	1
100–300	2
300–500	3
500–700	4
Более 700	5
Примечание – Источник [3].	

В торговой сети «ProStore» деньгами, накопленными на карте, можно оплатить часть покупок. Вместо скидок сеть предлагает возможность расплачиваться накопительными баллами за покупки. При сумме чека свыше 1 деноминированного рубля на карту возвращается 1% от суммы в чеке. Чем больше потребитель покупает, тем больше денег ему возвращается. В итоге накопленными деньгами на карте потребитель может частично расплатиться за покупки, а недостающую сумму доплатить. Покупатель может накапливать деньги на карте не в одиночку, а вместе с семьей или друзьями – объединяться в группу до 5 человек. Срок «жизни» накопления составляет 1 год (через год сумма покупки обнуляется). Стоимость дисконтной карты – 1 р. [3].

В торговой сети «Гиппо» заработанная скидка действует месяц. Бонусная карта в сети «Гиппо» работает по следующей схеме: сумма всех покупок за месяц суммируется и определяется размер скидки на следующий месяц. Для получения скидки необходимо купить товаров на сумму 100 деноминированных рублей. Скидка действует в течение одного месяца и не переносится на последующий. Также магазины «Гиппо» предоставляют скидку в 10% именинникам на одну покупку в течение трех дней до и после дня рождения. Отдельно есть скидки на детские товары (15% – по вторникам), для пенсионеров (7% – по средам). Кроме того, в магазинах можно найти около 200 видов товаров, которые можно купить по карточке со скидкой. Стоимость дисконтной карты составляет 0,99 р. (таблица 3).

Таблица 3 – Зависимость предоставляемой скидки от суммы покупок, совершенных покупателем в торговой сети «Гиппо»

Сумма покупок, р.	Скидка, %
100–299,99	5
300–399,99	7
Более 400	10
Примечание – Источник [3].	

В торговой сети «Соседи» карту нельзя передавать другим людям. Бонусная программа «Соседи» распространяется также на магазины шаговой доступности «Тропинка». Скидок здесь нет, но есть возможность накапливать бонусы. За каждую покупку покупатель получает 1% от суммы в чеке и затем может ими воспользоваться при оплате. Пользоваться накопительной картой сети «Соседи» может только один человек. При этом в торговой сети действует еще ряд дополнительных бонусов. Например, в день рождения, а также в течение трех дней до и после него покупателю начисляется не 1, а 5% бонусов от суммы покупки. Пенсионерам, инвалидам и членам многодетных семей ежедневно до 12 ч дополнительно начисляется 2% от суммы любой покупки. При покупке на сумму более 20 деноминированных рублей начисляется 20 к. бонусов дополнительно. Стоимость дисконтной карты составляет 1 р. [3].

В торговой сети «Рублевский» для постоянных покупателей почти половина товаров стоит дешевле. В сети универсамов действует карта постоянного покупателя, которая позволяет покупать товары по специальной сниженной цене. Товары, участвующие в дисконтной программе, отличаются специальным ценником, где указано две цены. Такой ценник имеет больше половины товаров в магазине. Карта не является персональной, поскольку пользоваться ей могут также члены семьи, друзья и знакомые. Также магазин предоставляет скидку 3% на все товары пенсионерам, инвалидам и многодетным семьям ежедневно с 9 до 12 ч. Стоимость дисконтной карты составляет 0,99 р. [3].

В торговой сети «Алми» независимо от суммы в чеке предоставляется скидка в размере 3%. Держатели дисконтных карт магазинов «Алми» получают гарантированную скидку 3% вне зависимости от суммы в чеке. Если сумма покупки превышает 30 деноминированных рублей, то сумма скидки увеличивается до 5 или 7%. Также в торговой сети действует социальная дисконтная программа: минимальная скидка для пенсионеров, инвалидов, многодетных семей, ветеранов Великой Отечественной войны и других войн возрастает с 3 до 5%, если совершать покупки в будние дни с 8 до 15 ч. Карту они могут получить бесплатно [3].

В торговой сети «Bigzz» карту дают бесплатно, если покупатель потратит 10 деноминированных рублей. В этой торговой сети дисконтную карту можно получить двумя путями: либо совершить покупку на сумму свыше 10 деноминированных рублей и получить карту бесплатно, либо же купить карту на кассе за 0,5 деноминированных рублей. Чтобы получить минимальную скидку в размере 3%, надо совершить покупку не менее чем на 50 деноминированных рублей. Чем больше сумма чека, тем больше скидка. По карте можно совершать покупки вместе с родными и друзьями (таблица 4).

Таблица 4 – Зависимость предоставляемой скидки от суммы покупок, совершенных покупателем в торговой сети «Bigzz»

Сумма покупок, р.	Скидка, %
50–70	3
70–150	5
150–300	7
Более 300	10
Примечание – Источник [3].	

В торговой сети «Виталюр» скидка действует не на все продукты. Дисконтная карта предоставляется каждому покупателю сети, если итоговая сумма в чеке составляет более 50 деноминированных рублей. Дальнейшая скидка зависит от суммы чека при следующих условиях: 3% – при покупках на сумму от 30 деноминированных рублей, 5% – на сумму от 50 деноминированных рублей. При этом скидка не распространяется на многие категории продуктов: колбасы и молочные продукты, хлебобулочные изделия и сырую кулинарию, детское питание и др. Пенсионерам, многодетным семьям и инвалидам предоставляется скидка 3% с 9 до 15 ч вне зависимости от суммы в чеке [3].

В торговой сети «Green» за покупки можно платить бонусными баллами. Получить карту можно, если приобрести товары на сумму 50 деноминированных рублей и более – в одном или нескольких чеках за разные даты. Затем в течение месяца за покупки можно накапливать бонусные баллы или рубли. А в следующем месяце можно расплачиваться накопленными баллами за покупки. Карта неперсональная, поскольку копить можно всей семьей (таблица 5).

Таблица 5 – Зависимость предоставляемой скидки от суммы покупок, совершенных покупателем в торговой сети «Green»

Сумма покупок, р.	Сумма накоплений, р.
Менее 15	0
15–29,9	0,3
30–44,9	0,7
45–59,9	1,15
60–74,9	1,65
Более 75	2,2
Примечание – Источник [3].	

Таким образом, существуют различные подходы в формировании и внедрении программ лояльности в розничных торговых организациях, использование которых в практической деятельности белорусского ритейла позволит укрепить их маркетинговый потенциал и усилить конкурентные позиции на рынке.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Поведение потребителей : учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, Г. Н. Кожухова, А. Я. Якимик. – 2-е изд., стер. – Минск : Изд-во Гревцова, 2014. – 176 с.
2. **Топ-20** торговых сетей Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.tut.by/economics/484077.html> . – Дата доступа : 16.11.2016.
3. **Какие** скидки и бонусы предлагают крупнейшие food-ритейлеры в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://belretail.by/article/kakie-skidki-i-bonusyi-predlagayut-krupneyshie-food-riteyleryi-v-belarusi>. – Дата доступа : 16.11.2016.

УДК 658

В. С. Бондаренко (vsbondarenko@yandex.ru),
канд. геогр. наук, доцент

Г. Н. Кожухова (gkozuhova@mail.ru),
ст. преподаватель

В. В. Митрахович (bestlogistic@bk.ru),
магистрант

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПАРАДИГМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И КАТЕГОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

В статье рассматривается влияние концепции устойчивого развития на традиционные представления об экономической эффективности. Традиционные представления об экономической эффективности, основанные главным образом на соотношении между полученными результатами производства и затратами труда, существенно изменяются под воздействием основных положений концепции устойчивого развития об ограниченности природных ресурсов и о необходимости более социально приемлемого распределения материальных благ. Показана эволюция парадигмы устойчивого развития и категории «экономическая эффективность». Для системы потребительской кооперации, как некоммерческой организации, эволюция представлений об экономической эффективности имеет особое значение.

The article discusses the influence of the Sustainable Development' (SD) concept to traditional notions of Economic Efficiency. The traditional notions of economic efficiency (based mostly on the ratio between the results of production and labor costs), significantly change under the influence of the main SD' provisions of limited natural resources and on the need for a more socially acceptable distribution of wealth. Article shows the evolution of the SD paradigm and the category "economic efficiency". For the consumer cooperation system – as a non-profit organizations – the evolution of ideas about the economic efficiency is of particular importance.

Ключевые слова: парадигма; экономическая эффективность; производство; распределение; концепция; развитие.

Key words: paradigm; economic efficiency; production; distribution; concept; development.

До 70-х гг. XX в. экономические школы не придавали серьезного значения экологическим ограничениям в экономическом и социальном развитии. Ввиду этого экономическая теория и практика хозяйственного развития рассматривали категорию экономической эффективности только исходя из хозяйственных задач *количественного роста* производства материальных благ. Но в 70-е гг. прошлого века на фоне экономического роста во всем мире резко обострились экологические и социальные проблемы, а перед экономической наукой возникла серьезная задача ответа на новые вызовы и, в частности, поиска адекватных определений понятия «экономическая эффективность». Первой реакцией научного сообщества на эти проблемы были известные работы Римского клуба и, в частности, «Пределы роста». Позднее, в 1987 г., Международная комиссия ООН по окружающей среде и развитию (так называемая Комиссия Брундтланд) разработала и ввела в широкое употребление термин «устойчивое развитие» и одноименную концепцию, суть которой, коротко говоря, – сопряженный анализ трех аспектов развития современного общества: экономики, экологии, социальной сферы. Соответственно, такая парадигма требует адекватных подходов к определению ряда принципиально важных экономических категорий, включая категорию «экономическая эффективность».

Для системы потребительской кооперации парадигма устойчивого развития имеет принципиально важное значение, поскольку потребительская кооперация – это некоммерческая общественная организация, а ее главной целевой функцией является удовлетворение социальных потребностей общества. Следовательно, прежнее представление об экономической эффективности должно адекватно отражать новые реалии.

Содержание и эволюция концепции устойчивого развития. Под устойчивым развитием понимается такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [1].

Работу над созданием и развитием концепции устойчивого развития нельзя считать завершенной, поэтому существуют некоторые отличия в деталях данного определения. Одной из причин такого положения является то обстоятельство, что основополагающие документы по устойчивому развитию, включая официальные документы ООН, создаются и совершенствуются в результате длительного поиска компромиссов между экспертами самых различных взглядов и убеждений. Существенное значение также имеют тонкости перевода англоязычного термина «sustainable development» на другие языки. Тем не менее практическая реализация основных положений концепции устойчивого развития считается в высшей степени важной, и мировое сообщество под эгидой ООН уделяет этому вопросу все возрастающее внимание.

Концепция устойчивого развития методологически связана с идеями, развивавшимися в работах Римского клуба. Напомним, в этих работах прежде всего обсуждались фундаментальные ограничения концепции так называемого *непрерывного экономического роста*, которая господствовала в то время в традиционной экономической науке. Соответственно, подвергались сомнению основные категории такого роста, включая категорию «экономическая эффективность».

Эксперты Римского клуба, пожалуй, впервые обратили внимание мировой общественности на очевидные различия между понятиями «экономическое развитие» и «экономический рост». Экономический рост направлен на количественное увеличение масштаба экономики в ее физическом измерении, а категория «экономическое развитие» подразумевает качественные усовершенствования в структуре, конструкции и композиции физических объемов и потоков. Соответственно этому коренному различию изменяется понимание категории «экономическая эффективность», а также ряда других категорий.

Важными приближениями к концепции устойчивого развития были обсуждаемые в работах Римского клуба концепция динамического роста, концепция органического роста и концепция динамического равновесия [2; 3].

Общее для всех этих подходов – сопоставление глобальной экономической системы с живым организмом, особенно ярко проявившееся в концепции органического роста. Смысл такого сопоставления в следующем. Очевидно, что применительно к живым организмам количественный рост не играет существенной роли в их эволюции. Главное место здесь принадлежит качественному усовершенствованию и приспособлению к окружающей среде. Органический рост приводит к динамическому равновесию, потому что живой, зрелый организм постоянно обновляется.

При всех различиях в характере биологических и экономических систем некоторые принципиальные аналогии и закономерности стали очевидными в 70–80-е гг. XX в., что и было убедительно показано в работах Римского клуба, в частности, работе «Пределы роста» [4]. Эти работы привели экспертов к такому консенсусу: обществом, достигшим состояния динамического или устойчивого равновесия, является такое общество, которое в ответ на изменение внутренних и внешних условий способно устанавливать новое, соответствующее этим изменениям равновесие как внутри себя, так и в пределах среды своего обитания [3; 4]. Что касается количественного роста, на котором сосредотачивалась традиционная экономическая наука, то он даже с чисто математической точки зрения рано или поздно должен остановиться, причем с самыми неблагоприятными последствиями.

Все вышеизложенное убеждает, что категория «экономическая эффективность» также должна претерпевать адекватную эволюцию и не ограничиваться параметрами количественного роста экономической и (или) хозяйственной системы.

Очевидно, что понятие «экономическая эффективность» в данном контексте должно отличаться от прежних механистических подходов.

Предпосылки становления концепции устойчивого развития (экономические, социальные, экологические). Концепция устойчивого развития не могла бы стать столь распространенной,

если бы не имелось соответствующих предпосылок в обществе и традиционной экономической науке. В целом, эти предпосылки можно представить в следующем виде.

Практика мировой экономики убедительно доказывает ограниченность прежних представлений об экономической эффективности. Модель развития, применявшаяся развивающимися странами в 50–60-е гг. XX в., ориентировалась на достижение экономической эффективности по опыту развитых стран с их представлениями об экономической эффективности. Считалось, что только западные представления об эффективности экономической системы способны проложить путь ко всеобщему процветанию и покончить с неравенством как в рамках отдельно взятой страны, так и в мировом масштабе.

Однако даже в промышленно развитых странах с их, казалось бы, чрезвычайно высокой экономической эффективностью отмечались и отмечаются поразительные диспропорции в региональном и социальном развитии, острейшие экологические проблемы.

Неизбежно возникал вопрос: можно ли такие системы считать экономически эффективными, если они выглядят очень успешно по всем традиционным экономическим показателям, но явно ведут к саморазрушению?

Политиками, общественными деятелями и экономистами неоднократно указывалось на то, что промышленно развитые страны потребляют непропорционально большое количество природных ресурсов. В современных условиях это никак не может расцениваться как экономически эффективная система, хотя общепринятые показатели эффективности упорно показывали полное благополучие.

К началу 70-х гг. прошлого века возрастающая численность бедных слоев населения в развивающихся странах и отсутствие заметных преимуществ экономического развития привели к росту числа попыток непосредственно исправить ситуацию в сфере распределения доходов. Это породило серию социальных протестов и революций. Становилось ясным: единственное, что может исправить ситуацию – это конкретные действия, предпринятые в широких масштабах и согласованные на мировом уровне. И в этом контексте традиционные показатели экономической эффективности производства оказались практически малопригодными или даже ложно ориентирующими.

Парадигма развития переместилась в сторону уравновешенного роста, который в явной форме учитывал социальные цели, особенно задачу сокращения численности бедных слоев населения. И в этом контексте прежние представления об экономической эффективности также оказывались, в лучшем случае, малопригодными.

Третьей основной задачей развития стала защита окружающей среды. К началу 80-х гг. XX в. было накоплено большое количество информации, свидетельствующей о том, что деградация окружающей среды является серьезным препятствием для экономического развития. Указывалось на то, что пренебрежение экологическими проблемами нельзя оправдать необходимостью решать другие задачи, даже если они кажутся более неотложными [2; 3].

Экономическое обоснование концепции устойчивого развития. Эволюция и ограниченность традиционных представлений об экономической эффективности. С экономической точки зрения концепция устойчивого развития основывается, главным образом, на определении дохода, данном Дж. Р. Хиксом, и с другими его идеями [5]. Разумеется, имели значение также идеи других исследователей, но подход Дж. Р. Хикса оказался наиболее приближен к основам концепции устойчивого развития.

Так, весьма плодотворным оказалось следующее из определений, сделанных этим автором в порядке последовательных уточнений его понимания дохода: «доход индивида – это то, что он может в течение недели потратить и при этом все-таки ожидать, что и к концу недели его положение будет таким же, каким было и в начале» [5].

Важно подчеркнуть, что из такого определения вытекает ключевое для концепции устойчивого развития понимание экономически оптимального использования ограниченных природных ресурсов. Именно такое понимание категории «экономическая эффективность» представляется наиболее актуальным в современных условиях. Более того, мировая практика показала, что долгосрочные экономические проекты, при осуществлении которых принимаются во внимание природные закономерности, в конце концов оказываются экономически эффективными, а осуществляемые без учета долгосрочных экологических последствий – убыточными. Такова диалектика устойчивого развития.

Список использованной литературы

1. **Наше общее будущее.** Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию / под ред. С. А. Евтеевой, Р. А. Перелета. – М. : Академкнига, 1989. – 242 с.
2. **Бобылев, С. Н.** Экономика устойчивого развития : учеб. пособие / С. Н. Бобылев, Э. В. Гирусов, Р. А. Перелет. – М. : Ступени, 2004. – 303 с.
3. **Данилов-Данильян, В. И.** Экологический вызов и устойчивое развитие : учеб. пособие / В. И. Данилов-Данильян, К. С. Лосев. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 416 с.
4. **Пределы роста.** 30 лет спустя : [пер. с англ.] / Д. Медоуз [и др.]. – М. : Академкнига, 2007. – 342 с.
5. **Хикс, Дж. Р.** Стоимость и капитал / Дж. Р. Хикс. – М. : Прогресс, 1993. – 488 с.

УДК 338.433:339.1

О. Г. Бондаренко (o_bondarenko@tut.by),
канд. экон. наук, доцент

Н. В. Оксенчук (oksenchuk@i-bteu.by),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛЬСКОЙ ТОРГОВЛИ В ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Статья посвящена вопросам, связанным с определением содержания торговой инфраструктуры и инфраструктуры розничной торговли. Представлен общий обзор потребительского рынка Беларуси и анализ показателей, характеризующих состояние развития инфраструктуры розничной торговли Гомельской области. Особое внимание обращается на факторы, влияющие на развитие сельской торговой инфраструктуры. Сделан акцент на необходимость положительной динамики сельского рынка розничной торговли.

The article is devoted to issues related to the definition of the maintenance of market infrastructure and infrastructure of retail trade. Presents an overview of the consumer market of Belarus and analysis of the indicators characterizing the state of development of the infrastructure of the retail trade of the Gomel region. Particular attention is drawn to factors affecting the development of rural trade infrastructure. The emphasis on the need for positive dynamics of the rural market retailers.

Ключевые слова: розничная торговля; инфраструктура; социальные стандарты; сельская местность.

Key words: retail trade; infrastructure; social standards; country.

Торговля – это не только процесс движения товаров. Она имеет весомую материально-техническую составляющую, без которой этот процесс не может состояться. Торговая деятельность обеспечивается функционированием торговой инфраструктуры.

С нашей точки зрения, торговая инфраструктура – это комплекс взаимосвязанных и дополняющих друг друга торговых предприятий (объектов) с их материально-финансово-трудовыми ресурсами, находящимися в максимальной доступности (пространственно-временной приближенности) к потребителю товаров и услуг, направленный на удовлетворение потребностей населения и создание условий для развития его потенциала.

Согласно этому определению можно выделить следующие особенности понятия «торговая инфраструктура»:

- это комплекс взаимосвязанных и дополняющих друг друга торговых организаций (объектов), направленных на создание благоприятных условий жизнедеятельности населения;
- функционирование торговой инфраструктуры первоначально должно быть направлено на удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, а соответственно, и обеспечение основных рыночных процессов;
- одним из наиболее важных требований к объектам торговой инфраструктуры является максимальная доступность и пространственно-временная приближенность ее к сферам жизнедеятельности человека (потребителя);
- функционирование на определенной территории, обеспечивающее условия для жизнедеятельности населения.

Следует отметить, что общее назначение инфраструктуры – это упрощение и повышение эффективности потоков товаров и услуг между контрагентами. Инфраструктура розничной торговли рассматривается как совокупность деятельности субъектов и наличие объектов, которые создают эффективные условия для продвижения товаров от производителей к потребителям и способствуют удовлетворению реальных потребностей населения. Инфраструктура розничной торговли в масштабах конкретного региона должна обеспечивать разнообразие структурно-функциональных параметров торговых объектов и быть ориентирована на конкретные зоны торгового обслуживания. Инфраструктура обеспечивает товарооборот и способствует повышению качества торгового обслуживания населения.

Инфраструктура торговли характеризуется наличием торговых предприятий, а также их составом и размером. Инфраструктура торгового предприятия представляет собой имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли, включающий земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь.

Отсутствие надлежащего планирования и контроля развития инфраструктуры торговли ведет к неэффективному территориальному размещению ее субъектов в регионах, частому нарушению принципов социальной защищенности предпринимателей и граждан, отсутствию автостоянок, а также подъездных путей, недостаточности площадей для предпродажного складирования товаров и в результате – низким показателям эффективности их хозяйственной деятельности.

Стихийность развития инфраструктуры торговли приводит к снижению инвестиционной привлекательности региона для организации бизнеса и проживания (уменьшение поступлений в бюджет за счет роста неконтролируемой торговли, образования ценовых перекосов, ослабления конкурентоспособности и защищенности отечественного товаропроизводителя). На это может повлиять также неконтролируемая интервенция импортных товаров по демпинговым ценам в торговые сети региона, снижая при этом уровень доверия населения к местным органам государственного управления. Все это ведет к ухудшению качества жизни населения и социально-экономическим показателям развития региона.

Нерациональное, нескоординированное размещение торговых предприятий тормозит развитие товарооборота и снижает качество торгового обслуживания населения.

На уровень развития инфраструктуры розничной торговли влияет множество факторов. Среди них можно выделить неэффективное использование торговой площади, отсутствие требуемого объема финансовых ресурсов и нестимулирующую систему кредитования, систему налогообложения торговых предприятий и др.

Наблюдающееся в последние годы динамичное развитие потребительского рынка республики обусловлено многими факторами, один из которых – развитие торговой инфраструктуры. По подсчетам зарубежных специалистов в странах Евросоюза более 80% своих покупок среднестатистический потребитель осуществляет в торговых сетях. Их преимуществом является то, что консолидация закупок позволяет получать серьезные внешние скидки, а централизация контрольно-управленческих функций ведет к серьезному снижению внутренних издержек. Что касается Республики Беларусь и Гомельской области в частности, то здесь также наблюдается постепенное развитие сетевой торговли. Ее ежегодный прирост составляет в среднем 5–10%. Только в г. Гомеле в настоящее время действует более 10 республиканских сетей, отдельные из которых можно по праву считать крупными (сети «Рублевский», «Евроопт», «ГИППО», «Алми», «Соседи», «Остров чистоты», «Санта», «Буслик» и др.). Наряду с ними в областном центре и области работают достаточно крупные региональные торговые сети, например, гомельские «Сахарторг», «Алеся», «Табаквинторг», жлобинская «Компаньон», мозырская «Полесье», речицкая «Торгсервис». Опережающее развитие и охват все большей доли рынка крупными сетями приводят к позитивным результатам, включающим повышение качества и совершенствование форм обслуживания покупателей, поддержание умеренных цен, установление определенных стандартов качества товаров и организации поставок, увеличение инвестиций в товаропроводящую инфраструктуру. Состояние потребительского рынка республики в целом можно охарактеризовать как относительно стабильное, с достаточно развитой сетью организаций торговли. Однако по мере дальнейшего улучшения экономической ситуации в стране белорусский потребительский рынок будет постепенно приближаться по структуре к рынкам более развитых экономически стран, что потребует дальнейшего совершенствования его инфраструктуры. В числе основных направлений можно назвать оптимизацию расположения организаций торговли, преобразование рынков в торговые комплексы, упорядочение размещения мелкорозничной торговой сети, совершенствование механизмов координации в раз-

витии и размещении объектов розничной торговли, в том числе сетевых структур. Реализация данных мероприятий будет способствовать дальнейшему развитию сферы торговли и потребительского рынка страны.

Одной из прогрессивных тенденций в развитии торговой сети является постоянное увеличение обеспеченности населения торговыми площадями.

Согласно статистическим наблюдениям в Республике Беларусь неуклонно растет количество объектов розничной торговой сети. Так, в 2000 г. количество объектов розничной торговли составляло 30,8 тыс. единиц, в 2005 г. – 34,2, в 2010 г. – 45,7, в 2016 г. – 59,1 тыс. единиц (192% к 2000 г.).

Обеспеченность населения торговыми площадями росла еще более высокими темпами: с 271 м² на 1 000 жителей в 2000 г., 297 м² в 2005 г., 390 м² в 2010 г. и до 563 м² на 1 000 жителей в 2016 г. (208% к 2000 г.).

Однако, если рассмотреть состояние розничного рынка в разрезе регионов, то следует отметить значительное снижение динамики обеспеченности площадями в Гомельской области. Если в 2000 г. она была выше средней по стране (283,7 м²), то в 2016 г. регион по данному показателю оказался на последнем месте (508,5 м² на 1 000 жителей).

Рассмотрим более подробно показатели инфраструктуры розничной торговли Гомельской области, в том числе торговой инфраструктуры сельской местности (таблица).

**Основные показатели инфраструктуры розничной торговли
Гомельской области**

Показатели	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2016 г.
Численность населения, всего, тыс. чел.	1 532,2	1 471,1	1 434,9	1 422,9	1 420,7
В том числе:					
городского	1 029,6	1 043,0	1 059,0	1 092,8	1 095,4
сельского	502,6	428,1	375,9	330,1	325,3
Количество магазинов, всего, единиц	4 141	4 425	5 825	7 357	7 699
В том числе:					
в городах	2 231	2 750	4 178	5 769	6 213
в сельской местности	1 910	1 675	1 647	1 588	1 486
Торговая площадь, всего, м ²	434 714	439 033	549 451	726 938	722 456
В том числе:					
в городах	292 960	316 343	427 187	610 667	613 914
в сельской местности	141 754	122 690	122 264	116 271	108 542
Средняя торговая площадь магазина, всего, м ²	105,0	99,2	94,3	98,8	93,8
В том числе:					
в городах	131,3	115,0	102,2	105,9	98,8
в сельской местности	74,2	73,2	74,2	73,2	73,0
Обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей, всего, м ²	283,7	298,4	382,9	510,9	508,5
В том числе:					
в городах	284,5	303,3	403,4	558,8	560,4
в сельской местности	282,0	286,6	325,3	352,2	333,7
Прирост магазинов, всего, %	6,9	31,6	26,3	4,6	6,9
В том числе:					
в городах	23,3	51,9	38,1	7,7	23,3
в сельской местности	-12,3	-1,7	-3,6	-6,4	-12,3
Прирост торговой площади, всего, %	1,0	25,2	32,3	-0,6	1,0
В том числе:					
в городах	8,0	35,0	43,0	0,5	8,0
в сельской местности	-13,4	-0,3	-4,9	-6,6	-13,4
*Составлено по данным Главного статистического управления Гомельской области.					

Рассматривая один из основных показателей инфраструктуры розничной торговли – обеспеченность торговыми площадями, следует отметить, что норматив социального стандарта, введенного системой государственных социальных стандартов, планируется на уровне 600 м² на 1000 жителей. В Республике Беларусь эта норма устанавливается исходя не из потребности, а из экономических возможностей. Количественная потребность в торговой сети определялась в основном ограниченным объемом и ассортиментом реализуемых товаров, поэтому развитие торговой сети осуществлялось по принципу разумной достаточности, которая понималась не с точки зрения покупателя, а с точки зрения органов управления торговлей. Это, по сути, означало остаточный принцип в развитии сети.

В условиях рынка необходимое количество розничной торговой сети будет определяться не товарооборотом и ассортиментом реализуемых товаров, а прежде всего потребностями населения.

В 2016 г. общереспубликанский показатель обеспеченности приблизился к нормативу, а его значение по г. Минску составило 629 м². Однако это значение еще достаточно сильно отстает от показателей в крупных российских (до 900 м²) и европейских городах (до 1 500 м²). При анализе данного показателя социального стандарта в Гомельской области выявлено, прежде всего, несоответствие нормативу (508,5 к 600 м²) и слабо развитая инфраструктура в сельской местности (333,7 м² на 1 000 жителей). За последние 16 лет этот показатель изменился незначительно в отличие от ситуации в городах. Все показатели, характеризующие развитие инфраструктуры сельской торговли, за весь анализируемый период имеют отрицательную динамику. Это свидетельствует о негативных тенденциях на рынке и необходимости его формирования.

Повышение эффективности использования производственного и социального потенциала села тесно связано с дальнейшим развитием торговли и совершенствованием торгово-бытового обслуживания в сельской местности. Происходящие в экономике, социальной структуре и жизненном укладе села перемены повышают требования к уровню организации и методам торговли, качеству торгового обслуживания.

Торговое обслуживание сельского населения выходит на первый план для обеспечения наиболее качественных условий его жизнедеятельности. Обеспечение сельского населения всей социально-экономической инфраструктурой, в том числе торговой, позволит обеспечить качество условий жизни и снизить темпы сокращения сельского населения.

Несмотря на многочисленные обсуждения конкурентной ситуации на сельском рынке розничной торговли, особенно активизирующиеся в республиканских средствах массовой информации и в высших эшелонах власти за последнее время, основным торговым оператором в сельской местности по-прежнему остается система потребительской кооперации.

Необходимо выделить сдерживающие факторы, которые негативно влияют на деятельность торговой сети потребительской кооперации:

- Более низкая покупательная способность сельского населения. Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников сельского хозяйства за 2016 г. составила 506 р., что составляет 70% от среднереспубликанской.

- Недостаточный объем и низкая эффективность использования инвестиций, что сдерживает создание технически и технологически современной материально-технической базы.

- Недостаточно высокий уровень инвестиционной привлекательности.

Исследования рынка розничной торговли свидетельствуют о том, что современные стратегии развития крупнейших сетевых белорусских торговых компаний носят агрессивный характер, что позволяет им получить определенные конкурентные преимущества, которые можно сохранить и приумножить с помощью их финансового потенциала. В настоящее время рыночные угрозы для потребительской кооперации с их стороны весьма значительны. Организационно-экономические и маркетинговые механизмы торговых сетей будут направлены на расширение производства собственной продукции и продаж в целом, использование ценовых инструментов в отношении конкурентов, освоение новых региональных рынков (сегментов), продвижение собственных брендов. В этой связи динамичное поступательное развитие потребительской кооперации и повышение эффективности ее работы в современных условиях остро требует перехода на конкурентные стратегии в деятельности Белкоопсоюза. Критическим фактором является недостаточный финансовый потенциал, который требует выработки мер по снижению угроз, связанных с потерей финансирования, поиску финансовых ресурсов и развитию сбытовых сетей.

ДОГОВОР КАК СРЕДСТВО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ И ПРАВОВЫМИ РИСКАМИ

В представленной статье исследуется договор как категория риска (контрактного риска), который позволяет эффективно управлять деятельностью на товарном рынке в условиях сценарной неопределенности, а также оценивать экономическую целесообразность имеющихся в юридическом арсенале правовых конструкций и правовых средств.

The article provides a theoretical study treaty of the category of risk (contractual risk) according to the authors, through the prism of this category it is possible to effectively manage the activities in the commodity market in the conditions of scenario uncertainty and to evaluate the existing arsenal of legal structures and tools from the point of view of their economic feasibility.

Ключевые слова: договор; контрактный риск; правовой риск-менеджмент; правовые средства управления контрактными рисками; универсальные и специально-юридические средства управления контрактными рисками.

Key words: treaty; contract risk; legal risk management; legal tools for contract risk management; universal and special legal tools for contract risk.

Реализация интересов субъектов договорных правоотношений предполагает возможность получения не только положительного результата (в виде достижения желаемого блага, обычно прибыли), но и возможность наступления невыгодных последствий. Современные экономические отношения не могут существовать хаотично, вне рамок правового регулирования. В этой связи актуализируется значимость разработки категории «риск» («контрактный риск»), взгляд сквозь призму которой позволяет эффективно управлять деятельностью на товарном рынке в условиях сценарной неопределенности, а также дает возможность под новым углом оценить имеющиеся в юридическом арсенале правовые конструкции, правовые средства с точки зрения их экономической целесообразности.

В условиях объективного существования риска и связанных с ним финансовых и других потерь возникает потребность в определенном механизме, который позволил бы наилучшим из возможных способов с точки зрения поставленных предприятием целей учитывать риск при принятии и реализации хозяйственных решений. Управление риском можно охарактеризовать как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени прогнозировать наступление рискованных событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких событий.

На сегодняшний день договор является основным элементом деятельности субъектов предпринимательства, он гарантирует исполнение обязательств субъектами хозяйствования в отношении друг друга, предусматривая способы защиты субъективных прав, законных интересов участников данных отношений в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств. Договор позволяет наиболее полно определить взаимные права, обязанности и ответственность участников хозяйственных правоотношений.

Кроме этого, договор является наиболее удобным правовым средством, представляющим складывающиеся в процессе осуществления хозяйственной деятельности отношения на основе принципа взаимной заинтересованности сторон этих отношений и придает указанным отношениям форму обязательств, определяет порядок и способы их выполнения.

В условиях рыночной экономики для эффективной деятельности предприятия необходима правильно построенная система договорной работы. Эта система многогранна, состоит из множества аспектов – от разработки типовых форм договоров, необходимых в работе, организации документооборота и до обучения работников предприятия основам правовой грамотности в пределах должностных обязанностей. Хорошо налаженная система работы с договорами позволяет избежать ненужных судебных споров и, как следствие, повышает имидж предприятия, облегчает финансовое планирование.

Организация системы договорной работы состоит из следующих этапов:

- Исследование бизнес-процессов предприятия.
- Разработка форм договоров и их заключение (включая составление проекта договора, согласование его с заинтересованными службами предприятия и подписание представителями сторон юридических лиц).
- Разработка положения в рамках предприятия, устанавливающего правила по созданию, корректировке, заключению и исполнению договоров, а также определение границ ответственности и компетенции лиц, участвующих в договорном документообороте.
- Внедрение системы автоматизации договорной работы.
- Контроль за исполнением договоров, который включает в себя решение таких задач, как своевременное и надлежащее исполнение условий договора, контроль платежей по договорам, минимизация рисков, связанных с возможными штрафными санкциями; реализация учетной функции и одной из главных и актуальных задач – недопущение либо минимизацию дебиторской задолженности [1].

Общеизвестно, что при регулировании общественных отношений субъектов при осуществлении предпринимательской деятельности законодатель старается соблюсти баланс интересов, в том числе сторон договорных отношений, способствовать развитию предпринимательства, избегать необоснованного обогащения одних за счет финансовых потерь других, способствовать повышению деловой культуры и установлению долгосрочных, взаимовыгодных, равноправных отношений между участниками рынка. На это направлены нормы, регулирующие порядок заключения, изменения, исполнения и расторжения договоров; досудебный порядок урегулирования споров; недопустимость реализации своих прав в ущерб другим; ограничение размера подлежащих взысканию штрафных санкций. Диспозитивные нормы, предлагающие условия, на которых могут заключаться различные договоры, призваны создавать равные условия для всех договаривающихся сторон, относительно равномерно распределять права и обязанности. Считается, что штрафные санкции должны побуждать стороны к надлежащему исполнению взятых на себя обязательств, а не являться средством обогащения. Одностороннее расторжение заключенных договоров должно быть крайней мерой, когда исчерпаны все возможные способы добиться реального исполнения договора для взаимного блага.

Универсальным средством управления контрактными рисками является страхование. С точки зрения экономической сущности страхование – система экономических отношений, основанная на принципе распределения имущественных потерь, вызываемых экстраординарными обстоятельствами (реализованными рисками), материальной формой которых выступает страховой фонд, используемый в целях возмещения (покрытия) непредвиденных (случайных) убытков, возникающих у лиц, участвующих в его создании. С юридической точки зрения страхование рассматривается как самостоятельный вид гражданско-правового договора: одно лицо – страховщик – обязано при наступлении в определенный срок (или без указания срока) предусмотренных обстоятельств (страхового случая) произвести обусловленную страховую выплату другому лицу – страхователю или иному лицу (выгодоприобретателю) – и вправе требовать оплаты страховых премий, а страхователь обязан уплачивать страховые премии и вправе требовать предоставления соответствующих страховых выплат [2].

При изучении данного вопроса можно предложить следующие направления совершенствования договорной работы:

- Активнее подходить к согласованию условий договоров, продвигать свои интересы и включать именно то, о чем было достигнуто соглашение, не ограничиваясь устными договоренностями.
- Крайне внимательно читать предложенный к подписанию договор со всеми приложениями и разъяснять все, что вызывает сомнение или непонимание.
- Важно реально оценивать свои возможности, принимая во внимание возможное изменение ситуации в будущем с тем, чтобы не брать на себя обязательства, которые затруднительно будет исполнить.
- Арендодателям следует реально оценивать рыночную ситуацию и предлагать арендаторам изначально выполнимые условия, особенно в части размера арендной платы, это будет способствовать установлению долгосрочных, взаимовыгодных отношений, что, несомненно, выгоднее, чем постоянная смена арендаторов и попытки взыскать долги с предыдущих.
- Как только сторона договорных отношений поняла, что вряд ли сможет в дальнейшем надлежаще исполнять взятые на себя обязательства, следует незамедлительно обратиться к контрагенту с предложением об изменении условий договора либо о его расторжении.

• Как показывает практика, очень часто, особенно при банкротстве, бывает крайне затруднительно взыскать денежные средства в связи с ненадлежащим исполнением договоров, поэтому правильно при заключении соглашений обязывать вторую сторону страховать в свою пользу риск неисполнения взятых на себя обязательств, а также составлять договор поручительства физического лица.

• При взыскании долгов следует реально оценивать перспективы судебного разбирательства, так как бывает, что кредитор подает исковое заявление, уплачивает государственную пошлину и несет другие судебные расходы, а в отношении должника начинается процедура банкротства, и все на общих основаниях заявляют свои требования кредиторов. Таким образом, иногда разумнее немного подождать и обратиться сразу к управляющему в деле о банкротстве, или хотя бы просить возбудить приказное производство, что дешевле и быстрее, чем обычное судебное разбирательство.

В целом, реализация любого коммерческого мероприятия невозможна без заключения договора, так как именно с помощью договора воплощаются мысли и расчеты его участников.

Все отношения между субъектами регламентируются законодательством и теми условиями, которые они предусмотрели при заключении договора. Успех всего предприятия зачастую зависит от того, как грамотно составлен и оформлен договор, потому что именно в договоре определяются права и обязанности сторон, их ответственность, цена, сроки, порядок расчетов и другое, что, в конечном итоге, находит свое отражение на финансовом результате хозяйственной деятельности любой организации.

Несмотря на продолжительный опыт предпринимательской деятельности, многие субъекты хозяйствования, особенно представители малого бизнеса, не вполне понимают значение качественной договорной работы, в том числе для ее проведения не привлекают опытных юристов-хозяйственников.

Таким образом, для торговой практики необходимо расширение и углубление знаний в области управления рисками. Очевидно, что для получения наилучшего результата юристам и экономистам следует объединить усилия в этой области.

Список использованной литературы

1. **Кондратьева, Е. М.** Правовые аспекты управления контрактными рисками внешней торговли / Е. М. Кондратьева, М. С. Горина // Право. – 2015. – № 2. – С. 117–125.

2. **Гражданский кодекс Республики Беларусь** : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. Беларусь 19 нояб. 1998 г. : текст кодекса по состоянию на 9 янв. 2017 г. // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

УДК 331.2

А. Ф. Гапанькова (annagapan@mail.ru),
ассистент

*Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проводится анализ динамики производительности труда (валового внутреннего продукта на одного занятого) в сопоставимых ценах и средней реальной заработной платы за 2011–2016 гг. в поквартальном разрезе. Исследуется наличие связи между этими показателями и темпами их роста. Проводится анализ эффективности использования трудовых ресурсов и ее влияния на экономический рост в Республике Беларусь с использованием производственных функций.

The analysis of the dynamics of labour productivity (gross domestic product per employee) in comparable prices and the average real wage for 2011–2016 in the quarterly cut. Examines the linkage between these indicators and their growth rates. The analysis of efficiency of use of labour resources and its impact on economic growth in the Republic of Belarus with the use of production functions.

Ключевые слова: производительность труда; рабочая сила; реальная заработная плата.

Key words: labor productivity; labor force; real wages.

Производительность труда является одним из важнейших экономических критериев, эффект от роста которого распределяется на следующие основные составляющие: расширенное воспроизводство и увеличение оплаты труда работников. Высокая производительность является фундаментальной основой устойчивого экономического роста. Производительность труда представляет собой экономическую категорию, которая характеризует эффективность деятельности работников в сфере производства товаров и услуг, показывает количество продукции, изготовленное одним работником. Поэтому повышение данного показателя является актуальной проблемой, от которой зависит полное удовлетворение потребностей населения в продукции и темпы производства, а также рост реальной заработной платы.

Для организации труда наиболее приемлемым является тот случай, при котором рост производительности труда прямо пропорционален росту средней заработной платы. При таком соотношении можно избежать риск инфляции, также присутствует стимул к повышению производительности труда работников.

В данном исследовании была поставлена задача сравнить динамику средней реальной заработной платы и средней производительности труда в расчете по валовому внутреннему продукту (ВВП) в Республике Беларусь за 2011–2016 гг. в поквартальном разрезе и установить наличие связи между показателями заработной платы и производительности труда по исследуемым данным, а также на основе производственной функции определить эффективность использования труда в Республике Беларусь.

Исследования показали, что производительность труда, рассчитанная как ВВП на одного занятого в экономике, в сопоставимых ценах увеличилась в IV квартале 2016 г. по сравнению с I кварталом 2011 г. на 24,0%. Наблюдается явная сезонность в росте производительности труда. Она растет во II и III кварталах и уменьшается в I и IV кварталах.

Ниже приводится определение сезонной составляющей, десезонализированный ряд производительности труда (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика производительности труда с использованием тренд-сезонной модели

Квар-талы	ВВП на одного занятого в ценах 2011 г., млрд р.	Теоретический ряд (\hat{y})	Сезонные отклонения	Скорректированный показатель сезонности (\hat{S})	Десезонализированный ряд производительности труда	Степенной тренд без учета сезонности
I	9,87	–	–	–0,824	10,70	10,75
II	11,39	–	–	0,185	11,20	11,01
III	12,02	11,11	0,9	0,978	11,04	11,17
IV	10,91	11,25	–0,3	–0,338	11,25	11,28
I	10,40	11,37	–1,0	–0,824	11,22	11,37
II	11,95	11,43	0,5	0,185	11,77	11,45
III	12,41	11,50	0,9	0,978	11,43	11,51
IV	10,96	11,56	–0,6	–0,338	11,30	11,56
I	10,91	11,60	–0,7	–0,824	11,73	11,61
II	11,97	11,63	0,3	0,185	11,78	11,65
III	12,68	11,65	1,0	0,978	11,70	11,69
IV	10,98	11,71	–0,7	–0,338	11,32	11,73
I	11,07	11,78	–0,7	–0,824	11,90	11,76
II	12,21	11,86	0,4	0,185	12,03	11,79
III	13,01	11,92	1,1	0,978	12,03	11,82
IV	11,34	11,89	–0,5	–0,338	11,68	11,85
I	11,18	11,83	–0,7	–0,824	12,01	11,87
II	11,82	11,97	–0,2	0,185	11,63	11,90
III	12,98	12,06	0,9	0,978	12,00	11,92
IV	12,47	11,99	0,5	–0,338	12,81	11,94
I	10,77	11,91	–1,1	–0,824	11,59	11,96
II	11,65	11,83	–0,2	0,185	11,47	11,98
III	12,53	–	–	0,978	11,55	12,00
IV	12,24	–	–	–0,338	12,58	12,02

Примечание – Источник [1–3].

График динамики производительности труда с выделением сезонной составляющей и тренд представлены на рисунке 1.

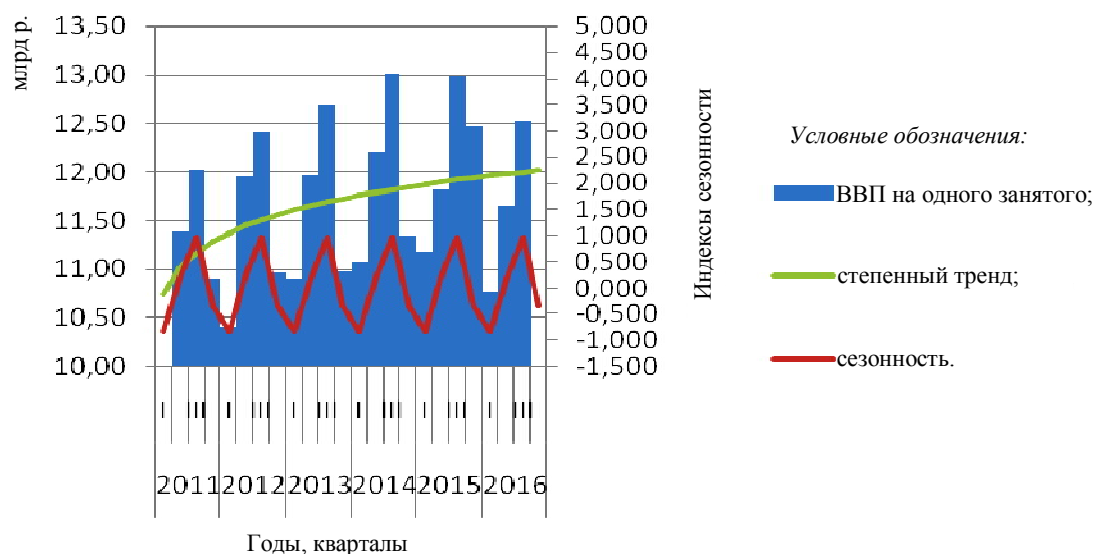


Рисунок 1 – Декомпозиция ВВП на одного занятого (сезонная составляющая и тренд)

Темп прироста средней производительности труда в среднем за квартал за период с 2011 по 2016 гг. составил 0,9%.

Исследование динамики реальной среднемесячной заработной платы в Республике Беларусь за 2011–2016 гг. по кварталам показало, что средняя заработная плата в реальном выражении увеличилась в IV квартале 2016 г. по сравнению с I кварталом 2011 г. на 88,8%. Темп прироста средней заработной платы в среднем за квартал составил 2,8%.

Динамика средней реальной заработной платы представлена на рисунке 2.

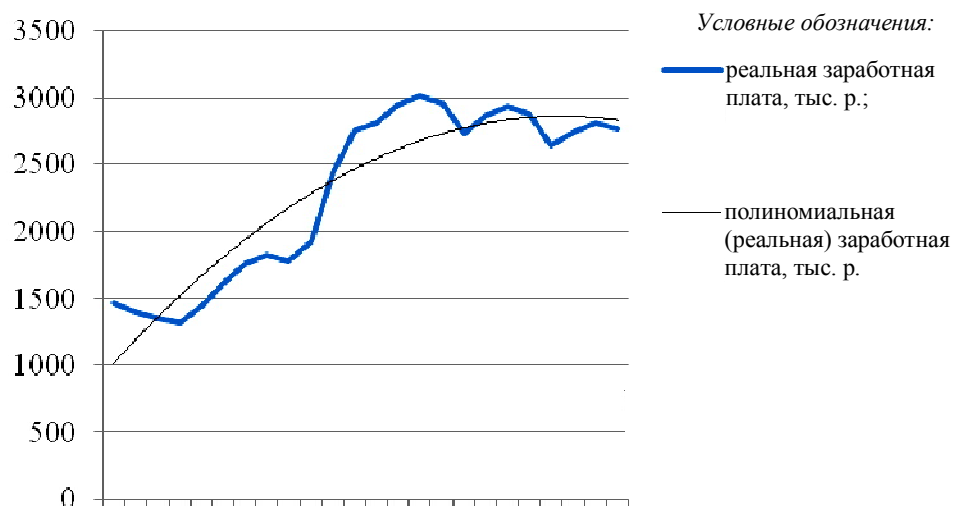


Рисунок 2 – Динамика среднемесячной реальной заработной платы в Республике Беларусь за 2011–2016 гг.

Тенденция развития ряда значений заработной платы с большой достоверностью описывается параболой второй степени ($y = -4,442x^2 + 190,6x + 821,5$; $R^2 = 0,865$). Можно наблюдать восходящую ветвь с замедляющимся ростом уровней ряда. Своего максимума в этом случае парабола достигла в I квартале 2016 г.

В таблице 2 представлены результаты анализа соотношения темпов роста производительности труда и заработной платы в Республике Беларусь.

Таблица 2 – Соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы в Республике Беларусь за 2011–2016 гг.

Годы	Кварталы	Индексы производительности труда в сопоставимых ценах, % к предыдущему периоду	Индекс реальной среднемесячной заработной платы, % к предыдущему периоду	Соотношение индексов производительности труда и реальной заработной платы (K)
2011	I	92,0	96,2	0,956
	II	115,3	95,1	1,213
	III	105,5	97,1	1,087
	IV	90,8	97,4	0,932
2012	I	95,3	109,7	0,869
	II	114,9	111,6	1,030
	III	103,8	109,0	0,953
	IV	88,4	103,8	0,851
2013	I	99,5	97,2	1,023
	II	109,7	108,2	1,014
	III	106,0	127,1	0,834
	IV	86,6	113,1	0,765
2014	I	100,8	102,0	0,989
	II	110,3	104,6	1,055
	III	106,5	102,4	1,040
	IV	87,2	98,3	0,887
2015	I	98,6	92,3	1,069
	II	105,7	104,8	1,009
	III	109,8	102,3	1,074
	IV	96,0	98,2	0,978
2016	I	86,4	92,0	0,939
	II	108,2	103,7	1,044
	III	107,5	102,2	1,052
	IV	97,7	98,5	0,992

Таким образом, опережающий рост производительности труда над ростом оплаты труда наблюдается во II и III квартале каждого года. В I и IV кварталах ситуация меняется.

Если сравнить соотношение темпов роста (K) в среднем за квартал за исследуемый период, то получится следующее:

$$K = 1,009 : 1,028 = 0,982.$$

В целом за 2011–2016 гг. в отличие от производительности труда заработная плата росла с опережающими темпами.

На рисунке 3 отражены темпы прироста производительности труда и заработной платы.

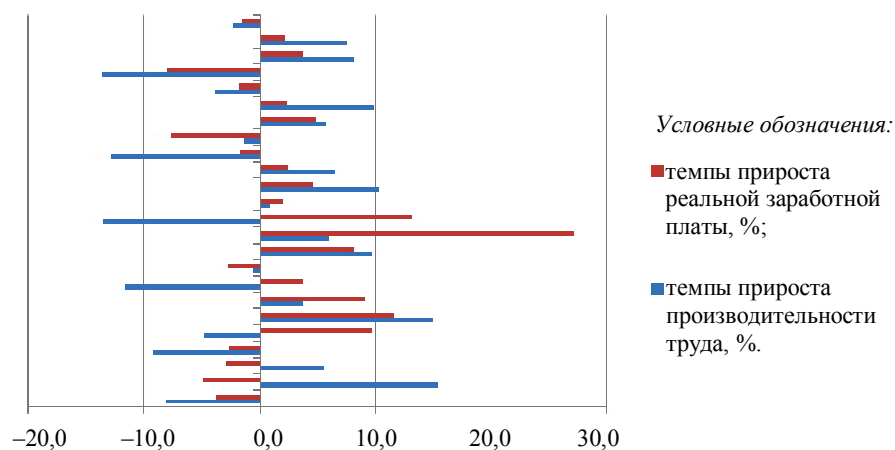


Рисунок 3 – Темпы прироста производительности труда и заработной платы в Республике Беларусь за 2011–2016 гг.

Ниже приводится анализ регрессионной модели взаимосвязи производительности труда и реальной заработной платы работников Республики Беларусь с использованием годовых данных о реальной среднемесячной заработной плате на одного занятого в экономике Республики Беларусь (в ценах I квартала 2011 г.) и средней производительности труда в сопоставимых ценах I квартала 2011 г. по кварталам за 2011–2016 гг. Линейный коэффициент корреляции составляет 0,443. Полученный коэффициент свидетельствует об отсутствии тесной линейной связи между средней реальной заработной платой и средней производительностью труда. Уравнение регрессии имеет следующий вид:

$$\hat{y} = 1\,666,0 + 340,0 \cdot x,$$

где \hat{y} – средняя реальная заработная плата одного работника;

x – средняя производительность труда (ВВП на одного занятого) в сопоставимых ценах.

Уравнением регрессии объясняется всего 19,6% дисперсии заработной платы, а на долю прочих факторов приходится 80,4% ее дисперсии.

Коэффициент эластичности является показателем силы связи, выраженным в процентах. Его значение показало, что при увеличении средней производительности труда на 1% средняя реальная заработная плата увеличивается в среднем на 1,725%. Это также указывает на опережающий рост оплаты труда по сравнению с производительностью труда.

Коэффициент корреляции между темпами прироста средней реальной зарплаты и производительности труда в сопоставимых ценах в Республике Беларусь за анализируемый период времени составляет 0,061, что говорит об отсутствии связи между ними.

Таким образом, на основе приведенных данных нельзя сделать вывод о влиянии изменения производительности труда на реальную заработную плату. Очевидно, что если прирост производительности труда и объясняет прирост заработной платы, то только частично. Анализ связи между этими показателями должен производиться с учетом влияния статистических (например, дефляторов, применяющиеся при их расчете) и политико-экономических (политико-делового цикла) факторов.

Чтобы оценить эффективность использования трудовых ресурсов в стране и ее влияние на ВВП необходимо построить производственные функции без ограничений показателей степени, производственные функции Кобба-Дугласа.

Для построения этих функций необходимо использовать данные за 1991–2015 гг., публикуемые Всемирным банком [4].

Производственная функция без ограничений степени (GDP) имеет следующий вид:

$$GDP = 227,3 \cdot 10^9 \cdot CAP^{0,794} \cdot POP^{-2,887} \cdot e^z,$$

где CAP – валовое накопление капитала;

POP – численность рабочей силы;

e^z – остаток модели.

Коэффициенты эластичности показали, что при увеличении размера валового накопления капитала на 1% ВВП Беларуси увеличивается в среднем на 0,794%. При увеличении численности рабочей силы на 1% он уменьшается на 2,887%.

В данной производственной функции коэффициент «нейтрального технического прогресса» очень велик. В данной производственной функции степень при численности трудовых ресурсов отрицательна, что свидетельствует о том, что увеличение данного ресурса только ухудшает производство, поскольку объемы его уменьшаются. Следовательно, для улучшения производственной деятельности необходимо использовать инновационные процессы, меняющие технологию производства.

После введения ограничения на степень была получена производственная функция Кобба-Дугласа, которая имеет следующий вид:

$$GDP = 0,938 \cdot CAP^{0,804} \cdot POP^{(1-0,804)} \cdot \varepsilon,$$

где ε – оценка остатка модели.

Данная модель по своим характеристикам сильно отличается от предыдущей модели, но обе функции указывают на падение эффективности производства от роста масштаба производства (в функции Кобба-Дугласа постоянный множитель меньше единицы, а в первой производственной функции сумма степеней вообще отрицательна).

Таким образом, проведенное исследование показывает, что в Республике Беларусь трудовые ресурсы используются неэффективно, рост заработной платы не связан с ростом производительности труда. Все это негативно сказывается на экономическом росте.

Список использованной литературы

1. **Социально-экономическое** положение Республики Беларусь за 2014 г. : стат. бюл. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – 2015.
2. **Социально-экономическое** положение Республики Беларусь за 2015 г. : стат. бюл. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – 2016.
3. **Социально-экономическое** положение Республики Беларусь за 2016 г. : стат. бюл. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – 2017.
4. **Сайт** Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://databank.worldbank.org>. – Дата доступа : 06.01.2017.

УДК 331

Т. В. Гасанова (gasanovativ@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Е. П. Бабушкина (babushkina.elena12@mail.ru),
ст. преподаватель

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ТРУДА РАБОТНИКОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Статья посвящена вопросам управления социально-экономической эффективностью труда работников торговой организации. Обращается внимание на обеспечение рационального использования трудового потенциала и на создание мотивационной заинтересованности трудовой активности работников. Выделено два подхода к управлению человеческими ресурсами и персоналом на макроуровне и микроуровне, а также определены показатели, характеризующие экономическую и социальную эффективность труда работников торговой организации.

The article is devoted to the issues of managing the social and economic efficiency of labor of trade organization employees. The authors draw attention to ensuring the rational use of labor potential and to create a motivational interest of workers' labor activity. Two approaches to the management of human resources and personnel at the macrolevel and microlevel are singled out, as well as indicators characterizing the economic and social efficiency of labor of the trade organization employees.

Ключевые слова: труд; персонал; ресурсы; потенциал; эффективность.

Key words: labor; personnel; resources; potential; efficiency.

Формирование трудового потенциала, соответствующего рыночной экономике, представляется перспективным стратегическим элементом в становлении Республики Беларусь. Эффективность управления персоналом субъекта хозяйствования предполагает, в первую очередь, обеспечение рационального использования имеющегося в распоряжении организации трудового потенциала, т. е. кадровой расстановки, обеспечение должностей, подлежащих замещению работниками с высшим и средним специальным образованием и т. п. С другой стороны, создание мотивационной заинтересованности трудовой активности работника в улучшении своего потенциала. Результатом (эффектом) выступает прирост валового внутреннего продукта на макроуровне и повышение производительности труда на микроуровне.

В современных условиях развития рынка труда приобретает приоритетное направление политика «интеллектуализации общественного труда», объективными и субъективными предпосылками которой является развитие трудовых ресурсов.

Период экономической трансформации, проявляющийся в развитии профессионального,

квалификационного и интеллектуального общества, вызывает необходимость в совершенствовании методов анализа, отражающих эти процессы. Объективная характеристика любого процесса не представляется возможной без количественного измерения качественных изменений. Умственная нагрузка члена общества в процессе труда определяется сложностью выполняемых им работ, и, соответственно, требует постоянного вложения средств в повышение образовательного уровня.

Современный подход в сфере управления персоналом субъекта хозяйствования ориентирован на повышение, в первую очередь, производительности и эффективности труда работников, что в свою очередь, определяет качество обслуживания потребителей и формирование конкурентных преимуществ организации на рынке ее функционирования.

Под качеством торгового обслуживания подразумевается создание в торговой организации наиболее благоприятных условий для реализации основной функции торговли (выбора и приобретения товаров населением и оказания услуг). Качество торгового обслуживания зависит от состояния материально-технической базы, наличия оборотных средств, уровня культуры торгового персонала, степени его профессионализма, знания персоналом магазинов психологии покупателей. В совокупности ресурсное обеспечение торговой организации определяет эффективность труда работников (таблица 1).

Таблица 1 – Социальная и экономическая характеристика показателей эффективности труда

<i>Экономическая характеристика показателей эффективности</i>				
<i>Социальная характеристика показателей эффективности</i>		<i>Оборотные средства организации, вложенные в товарные запасы</i>	<i>Материально-техническая база торговли, эффективность использования и рациональное ее размещение</i>	<i>Труд, его организация и результат</i>
	<i>Оборотные средства организации, вложенные в товарные запасы</i>		Ассортиментная политика организации. Размещение товарных запасов	Обеспечение прироста производительности труда. Расширение ассортимента товаров на одного работника
	<i>Материально-техническая база торговли, эффективность использования и рациональное ее размещение</i>	Удовлетворенность спроса покупателей товарами с учетом потребностей и запросов населения		Обеспеченность населения торговыми точками, торговыми площадями
	<i>Труд, его организация и результат</i>	Трудоемкость процесса реализации. Интенсивность труда	Обеспеченность процесса труда средствами и предметами. Автоматизация трудового процесса. Уменьшение доли ручного труда	

Приоритетами выбора критериев управления персоналом являются повышение качества труда работников в соответствии с потребности рынка труда; улучшение качества оказываемых услуг или конкурентоспособности предлагаемого товара, качества сервиса и других факторов; экономия ресурсов за счет реализации фактора научно-технического прогресса, совершенствования системы менеджмента.

В современных условиях развития рынка труда с учетом предъявляемых требований к работнику (в первую очередь, это уровень образования, определяющий способность к труду) и его значимости (кадры решают все), целесообразным является употребление термина «трудо-вой потенциал», который характеризует не только способность к труду, но и личностный потенциал. Кроме того, существует мнение, что трудовой потенциал – понятие более широкое, чем трудовые ресурсы.

Трудовой потенциал, с точки зрения производительных сил, характеризуется рядом организационно-экономических и демографических параметров. С точки зрения производственных отношений трудовой потенциал – это совокупность производственных отношений на много-уровневой основе по формированию и эффективному функционированию личного фактора.

Трудовой потенциал следует рассматривать в следующих аспектах: с точки зрения ресурсного подхода необходимо исследовать потенциал как способность ресурсов давать определенные результаты и обеспечивать функционирование системы; с точки зрения резервного подхода трудовой потенциал – это неиспользованные возможности.

Возрастающая роль человека и привлечение внимания к его индивидуальности потребовали расширения терминологии, характеризующей качественную характеристику трудовых ресурсов.

Термин «трудовые ресурсы» («человеческие ресурсы») следует рассматривать в макроэкономическом аспекте. Термин «персонал» характеризует совокупность профессионально-квалификационного состава субъекта хозяйствования.

Рыночные отношения требуют принципиально новых подходов к организации управления субъектом хозяйствования. Рынок ставит субъект хозяйствования в принципиально новые отношения с субъектами других форм собственности, с производственными и иными партнерами, работниками. Устанавливаются новые экономические и правовые регуляторы. В связи с этим меняется и отношение к персоналу.

Таким образом, с течением времени расширяются концептуальные подходы к управлению трудовыми ресурсами на макроуровне и управлению персоналом на уровне субъекта хозяйствования, что отразилось на взаимодействии труда и капитала (таблица 2).

Необходимость вложения средств в развитие трудовых ресурсов очевидна, что актуализирует данную проблему и заслуживает дальнейшего изучения.

Таблица 2 – Содержание подходов к управлению человеческими ресурсами и персоналом

Название	Первый подход	Второй подход
Управление трудовыми (человеческими) ресурсами	Стратегические аспекты решения проблемы, включая вопросы социального развития	Государственное регулирование в области труда и занятости
Управление персоналом	Оперативная работа с кадрами	Трудовые отношения на уровне организации

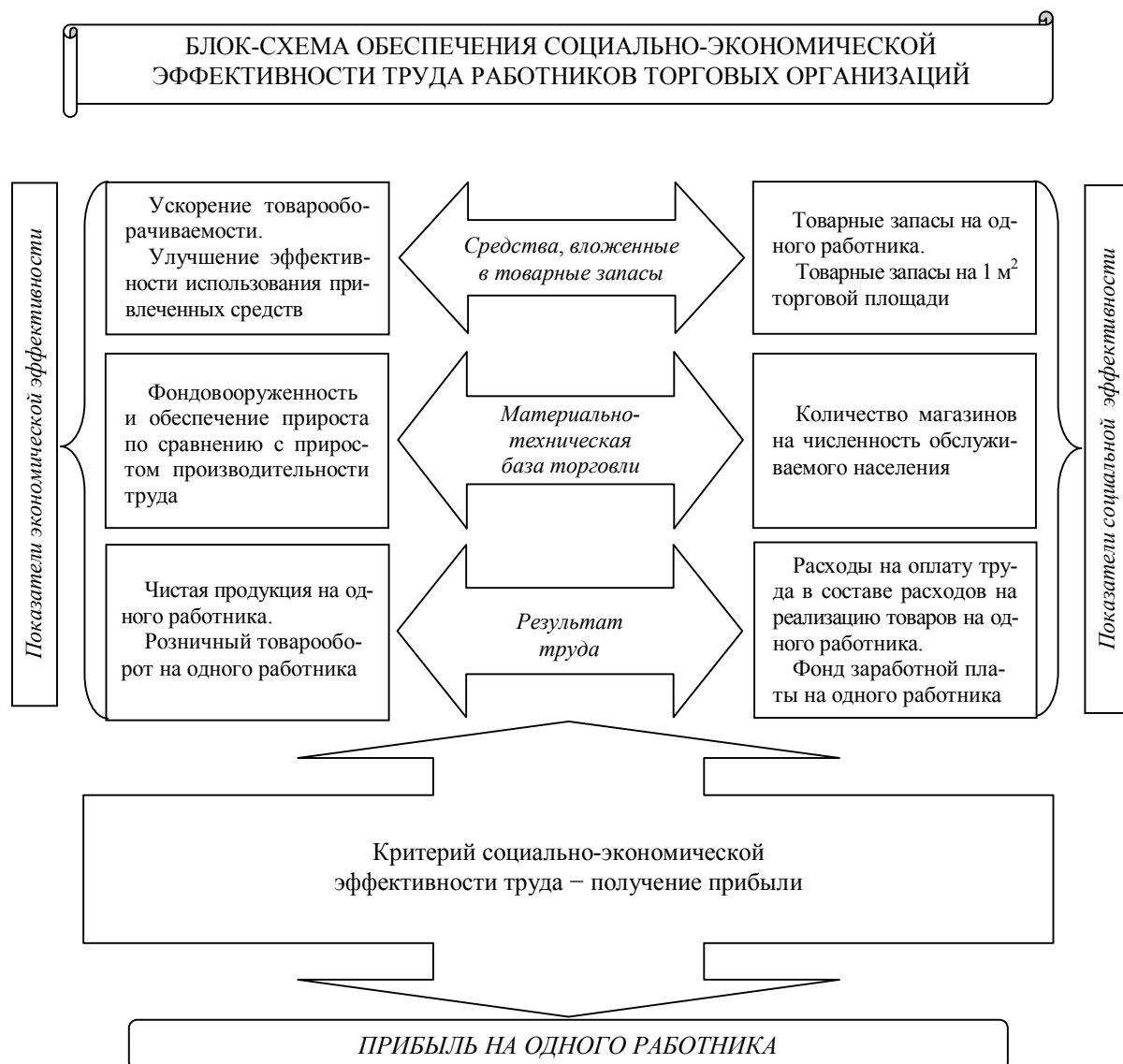
Для создания мотивационной базы реализации трудового потенциала целесообразно выполнить следующее:

- ориентировать кадровую политику на совершенствование трудового потенциала субъекта хозяйствования путем улучшения кадрового обеспечения и повышения образовательного уровня персонала, рационального использования персонала, повышения квалификации, участия в проведении семинаров, осуществлении прохождения стажировок и т. д. на основе обобщения опыта других организаций;
- расширить индивидуализацию оплаты труда путем мотивации к реализации творческого потенциала персонала путем установления повышающего коэффициента к должностному окладу за счет средств, полученных от внедрения предложенных работником мероприятий.

Со стороны субъекта хозяйствования целесообразно создать условия, обеспечивающие стремление персонала к повышению квалификации, продвижению по службе, а также потребность в приобретении (в случае необходимости) иного образования, активность поиска работы, включая миграцию, и другое, что будет способствовать получению более высокого уровня доходов (денежные выгоды), либо внутреннего удовлетворения (неденежные выгоды).

Основным критерием социально-экономической эффективности труда работников организации является получение прибыли. Для управления социально-экономической эффективностью труда работников возникает необходимость оценки показателей обеспечения экономической и социальной эффективности труда на микроуровне. Для торговых организаций при оценке их ресурсного потенциала такими показателями являются ускорение товарооборачиваемости, фондовооруженность и обеспечение прироста по сравнению с приростом производительности труда, товарные запасы на одного работника и т. д. (рисунок). К показателям, характеризующим результаты труда, относятся чистая продукция на одного работника, розничный товароборот на одного работника, расходы на оплату труда в составе расходов на реализацию товаров на одного работника, фонд заработной платы на одного работника.

**Блок-схема обеспечения социально-экономической эффективности
труда работников торговых организаций**



Таким образом, рассмотрение человеческого фактора на макро- и микроуровнях позволяет сделать вывод о том, что трудовой потенциал субъекта хозяйствования как экономическая категория представляет собой отношения по поводу возможности реализации имеющихся способностей, обусловленных взаимосвязанной совокупностью, в первую очередь, образования, соответствующего профилю деятельности организации, а также здоровья, навыков, мастерства и других его компонентов, направленных на достижение отдачи при взаимодействии труда и капитала. Степень проявления такой возможности мотивирована материальными и моральными стимулами и ориентирована на обеспечение дохода в процессе трудовой деятельности.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

В статье обосновывается целесообразность использования маркетинга в сфере ресторанного бизнеса. Приводятся маркетинговые возможности развития ресторанного бизнеса в современных условиях хозяйствования, акцентируется внимание на целесообразности формирования успешной концепции в данной сфере.

The article proves the feasibility of using marketing in the restaurant business. Describes the marketing opportunities of the restaurant business in the current economic conditions. It focuses on the feasibility of forming a successful concept in this area.

Ключевые слова: общественное питание; ресторанный бизнес; маркетинговые возможности; концепция; кейтеринг.

Key words: catering consumption; restaurant business; marketing opportunities; concept; catering.

Одной из главных целей экономического развития Беларуси является обеспечение реального и устойчивого роста уровня жизни населения. Сфере услуг будет уделяться все большее внимание на республиканском и региональном уровнях. Функционирование объектов общественного питания происходит в условиях острой конкуренции и быстро меняющейся экономической среды, что требует от руководителей принятия оптимальных управленческих решений. Однако как исследователи, так и практики констатируют недостаточную эффективность использования маркетинга в сфере ресторанного бизнеса.

Под ресторанным бизнесом понимается интегрированная сфера предпринимательской деятельности, связанная с организацией производства и управлением рестораном или иным предприятием общественного питания, направленная на удовлетворение имеющихся потребностей людей во вкусной, разнообразной и здоровой пище, сервисных услугах, а также получение прибыли. Ресторанный бизнес выполняет важные производственные, торговые, сервисные и социальные функции.

Развитие ресторанного бизнеса в значительной мере зависит от следующих внешних факторов: общего экономического роста в стране, имеющегося платежеспособного спроса населения, активного развития внутреннего и иностранного въездного туризма [1].

В России развитие ресторанного бизнеса в настоящее время обусловлено объективными причинами. Акцент делается на рестораны быстрого обслуживания, пивные заведения, пиццерии и т. д. В категорию наиболее популярных заведений попадают и кофейни. Пользуются популярностью и домашние маленькие рестораны с национальной кухней, которые рассчитаны на жителей близлежащих районов. Рынок ресторанов высокого уровня достаточно насыщен, активного роста здесь не предвидится. Среди ресторанов повышенной комфортности по-прежнему лидирует французская кухня, затем идет европейская и итальянская.

В последнее время набирает обороты сетевой формат заведений. Важно понимать, что сегодня ресторанный бизнес требует профессионализма, знаний и использования новейших технологических разработок [2].

Основные пути развития ресторанного бизнеса в Республике Беларусь отражены в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г., Концепции развития сферы услуг в Республике Беларусь на 2015–2020 гг.

В общественном питании достигнуты определенные параметры, отразившиеся в тенденциях развития сети в Гомельском регионе, развитии товарооборота общественного питания (таблица 1, 2).

Таблица 1 – Объекты общественного питания Гомельского региона за 2013–2016 гг.

Объекты	2013	2014	2016
Рестораны	77	78	72
Кафе	217	210	215
Столовые	841	834	815

Окончание таблицы 1

Объекты	2013	2014	2016
Бары	189	174	165
Закусочные	169	150	137
Рестораны быстрого обслуживания	4	5	10
Мини-кафе	126	145	156
Кафетерии	109	109	101
Другие объекты	218	193	238
Всего объектов	1 950	1 898	1 909
Примечание – Источник: собственная разработка по данным Гомельского горисполкома.			

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что в Гомельском регионе наблюдается положительная тенденция роста сети среди ресторанов быстрого обслуживания, мини-кафе, других объектов. В целом в 2016 г. наблюдается положительная тенденция роста сети на 11 единиц по сравнению с 2014 г. По г. Гомелю наблюдается аналогичная тенденция. Развитие сети происходит также за счет положительной тенденции открытия и развития ресторанов быстрого обслуживания, мини-кафе и других объектов (таблица 2).

Таблица 2 – Объекты общественного питания г. Гомеля за 2013–2016 гг.

Объекты	2013	2014	2016
Рестораны	35	34	29
Кафе	80	80	79
Столовые	156	171	165
Бары	77	66	63
Закусочные	21	19	12
Рестораны быстрого обслуживания	2	5	9
Мини-кафе	29	40	50
Кафетерии	35	36	21
Другие объекты	106	98	114
Всего объектов	541	547	542
Примечание – Источник: собственная разработка по данным Гомельского горисполкома.			

Темп роста товарооборота общественного питания в сопоставимых ценах в 2016 г. составил 93,4% (таблица 3).

Таблица 3 – Развитие товарооборота общественного питания по г. Гомелю

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Розничный товароборот общественного питания, млн р.	72,5	84,2	84,3	83,7
Темп роста товарооборота общественного питания в сопоставимых ценах, %	109,5	103,3	91,5	93,4
Примечание – Источник: собственная разработка по данным Гомельского горисполкома.				

В 2016 г. в г. Гомеле было закрыто 57,1% объектов. Это свидетельствует о целесообразности использования маркетинга в сфере ресторанного бизнеса и более качественной проработке той или иной концепции при открытии объектов в данной сфере.

В современных условиях хозяйствования разработка концепции входит в круг вопросов при организации нового ресторана или критического переосмысления имеющегося опыта применительно к убыточному ресторану [3].

Успешная концепция – это совокупность элементов, выделяющая заведение среди тысяч других и воплощающая основную идею, интересную для целевой аудитории. Чем более детально продумана концепция заведения, тем больше у нее шансов на успех [4].

Основными этапами проработки концепции можно назвать следующие:

- *Подбор помещения.*

Большинство рестораторов считают, что для успеха заведения нет ничего важнее подходящего помещения, расположенного в хорошей части города.

Стратегически правильное месторасположение способно стать частью кампании по привлечению и удержанию посетителей. Месторасположение будущего заведения зависит, прежде всего, от концепции кафе или ресторана.

Заведения, ориентированные на поток, логично открывать в центральной части города, в местах большого скопления народа (рядом с рынками, популярными кинотеатрами, крупными магазинами), недалеко от остановок общественного транспорта (метро). Центр и близлежащие части города с большой плотностью офисных зданий подходят для размещения демократичных ресторанов.

В спальных районах, где постоянными клиентами заведения могут стать лишь местные жители могут вполне успешно функционировать небольшие и недорогие заведения общественного питания, детские кафе.

Специализированные заведения и рестораны высокой кухни могут размещаться в районах, удаленных от центра, пригороде [5].

- *Анализ местного рынка и спроса.*

При проведении анализа особенно важно обратить внимание на емкость рынка, привлекательность разных районов, специфику спроса и платежеспособность населения, интенсивность конкуренции, специализацию и посещаемость всех точек общественного питания как непосредственно в городе, так и в соседних городах, регионах и т. д.

- *Выбор формата заведения* (street food или fast food, fast casual, casual dining, fine dining, бары, клубы).

- *Определение ниши* – важная часть составления концепции, которая должна основываться на анализе рынка, спроса, конкуренции, а также на личных предпочтениях [4].

Любой объект в сфере ресторанного бизнеса необходимо открывать после проведения маркетинговых исследований определенного рынка. Выбранную концепцию необходимо согласовывать с основными запросами целевого потребителя в каждом конкретном районе.

Таким образом, только правильно подобранная концепция объекта в сфере ресторанного бизнеса может обеспечить востребованность на рынке и реально учитывать изменения предпочтений потребителей, выдерживать конкуренцию.

На данный момент целесообразно осуществлять открытие специализированных объектов, в том числе детских кафе, чайных, блинных, объектов диетического питания, открывать рестораны здорового питания, рестораны для всей семьи; более активно реализовывать кейтеринг.

Развитие ресторанного бизнеса должно проходить на инновационной основе.

Список использованной литературы

1. **Ресторанный бизнес в России: технология успеха** / Л. С. Кучер [и др.]. – М. : Транслит, 2007. – 512 с.
2. **Дементьева, Е. П.** Ресторанный бизнес = Restaurant business / Е. П. Дементьева. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 253 с.
3. **Ресторанный бизнес в России: технология успеха** / Л. С. Кучер [и др.]. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Транслит, 2007. – 509 с.
4. **Кондрашин, А. В.** Ресторанный бизнес в малых городах. Секреты успешного открытия и эффективного управления / А. В. Кондрашин. – М. : Ресторанные ведомости, 2015. – 208 с.
5. **Ситникова, О. В.** Ресторан и кафе с нуля. – СПб. : Питер, 2007. – 192 с.

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются вопросы подготовки специалистов для сферы туризма в условиях модернизации экономики. Указывается, что туризм в условиях модернизации экономики требует более эффективной работы и высшего профессионализма. Поэтому актуальным вопросом является обеспечение сферы туризма высококвалифицированными специалистами. Определены причины низкого качества их подготовки на современном этапе и предложены основные пути обеспечения сферы туризма высококвалифицированными специалистами для работы в условиях модернизации экономики.

The article considers the issues of training specialists for tourism in the context of economic modernization. The authors state that tourism in the conditions of economic modernization requires more efficient work and higher professionalism. Therefore, the current issue is to provide the tourism industry with highly qualified specialists. The reasons for the low quality of their training at the present stage are determined and the main ways of providing the tourism sector with highly qualified specialists for working in the conditions of economic modernization are proposed.

Ключевые слова: сфера туризма; высококвалифицированные кадры; подготовка специалистов; модернизация экономики.

Key words: sphere of tourism; highly skilled shots; preparation of specialists; modernization of economy.

Сфера туризма в настоящее время является одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства. По прогнозам Всемирной туристской организации (ВТО), высокие и устойчивые темпы роста туристской индустрии сохранятся, а количество туристов составит свыше 900 млн поездок с оборотом капитала в сумме 1,1 трлн долл. США.

Как свидетельствует мировая практика, развитие туризма стимулирует рост и развитие таких важных секторов экономики как транспорт, связь, строительство, торговля, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и т. п. По мнению экспертов, совокупная стоимость продукции и услуг, создаваемых в отраслях, связанных с туристским обслуживанием, почти в два с половиной раза превосходит стоимость самих услуг туризма. Туризм выступает весомым фактором стабилизации социально-экономических процессов, обеспечивая поступление денежных средств в бюджет, создавая новые рабочие места, стимулируя производство товаров и продуктов, улучшая инфраструктуру.

По данным Всемирной туристской организации Организации Объединенных Наций (ЮНВТО), вклад туризма в мировой валовой внутренний продукт составляет 10%, доля международного туризма составляет 6% от общего объема мирового экспорта и 30% от мирового экспорта услуг, а общее количество рабочих мест, прямо или опосредованно касающихся сферы туризма, составляет 11% [1]. По данным ЮНВТО, доля Украины в туристических потоках Европы составляет 4% и 0,9% от общеевропейских поступлений от туристической деятельности [2]. Поэтому взвешенная государственная политика в сфере туризма является важной частью устойчивого экономического развития Украины.

По оценкам специалистов, в Украине от функционирования туристического рынка зависит жизнедеятельность более 50 отраслей экономики страны, а также 10–15% населения страны. Поэтому не следует пренебрегать вопросами развития сферы туризма, особенно в условиях экономического кризиса и поиска путей выхода из него за счет модернизации экономики. Развитие туризма в Украине усложняется отсутствием комплексной системы государственного управления и регулирования туризма в регионах, медленными темпами инвестирования туристической отрасли, неудовлетворительным состоянием инфраструктуры, а также недостаточным количеством специалистов в этой сфере [3]. Нужны коренные изменения в деятельности каждого предприятия сферы туризма, что требует соответствующего кадрового обеспечения. Поэтому актуальным является вопрос формирования системы подготовки квалифицированных специалистов для туристической отрасли, повышения эффективности использования челове-

ских ресурсов, а структурная и технологическая перестройка должны стать основными направлениями государственной политики в сфере туризма.

В Украине проблемам развития туризма и подготовки специалистов для этой сферы посвящены научные публикации В. Г. Герасименко, А. А. Любичевой, М. П. Мальской, Т. Г. Сокол, Д. Ж. Грейсона, В. А. Полякова, Л. В. Сакуна, В. К. Федоренко и др. Как отмечают ученые, самой большой проблемой кадрового обеспечения сферы туризма на данный момент является оторванность теоретического блока подготовки специалистов от практического, вызванного низкой степенью сотрудничества между учебными заведениями и предприятиями этой отрасли. Поэтому в условиях модернизации экономики необходимы новые подходы и более глубокие исследования проблем подготовки специалистов для сферы туризма. Именно этим обусловлен выбор темы исследования и ее актуальность.

Целью исследования является определение проблем и перспектив подготовки высококвалифицированных специалистов для сферы туризма в условиях модернизации экономики.

Современный рынок труда диктует более высокие требования к качеству подготовки и уровню квалификации специалистов, занятых в разных отраслях национального хозяйства. Последнее десятилетие характеризуется стремительным развитием сферы туризма, а также значительным расширением сферы профессиональной деятельности ее участников. В связи с этим потребуются новые подходы и к подготовке высококвалифицированных специалистов, работающих в этой сфере.

Проблема кадрового обеспечения сферы туризма на данный момент является наиболее актуальной, поскольку в туризме наблюдается большой дефицит высококвалифицированных специалистов. Работники предприятий сферы туризма не всегда имеют профильное образование. Это вызывает определенные трудности в решении следующих производственных вопросов:

- исследовании рынка туристических услуг и определении эффективных направлений развития туристической отрасли;
- планировании мероприятий по обеспечению необходимого качества туристического продукта, разработки проектов туристических маршрутов, экскурсий, путешествий, туров;
- распространении специализированной туристической информации, налаживанию связей с общественностью, средствами массовой информации и т. д.

Для многих туристических фирм характерна «текучесть» кадров, что негативно влияет на развитие этой отрасли, приводит к уменьшению доходов от туристического бизнеса на всех уровнях.

Модернизация экономики предусматривает более эффективную работу предприятий сферы туризма за счет высокого профессионализма сотрудников. Достижению этой цели будет способствовать существенное повышение качества подготовки специалистов для сферы туризма.

Туристическая деятельность характеризуется весьма разнообразными направлениями. Это отличает ее от других сфер профессиональной деятельности. С одной стороны, сфера туризма нуждается в специалистах различных профессий со знанием смежных видов профессиональной деятельности, а с другой – со знанием принципиально новых технологий обслуживания туристов. Следовательно, сферу предоставления туристических услуг необходимо обеспечить высокопрофессиональными специалистами, а именно туроператорами, турагентами, менеджерами, гидами-переводчиками, экскурсоводами, спортивными инструкторами, специалистами туристического сопровождения [3]. Также требуются профессионалы других субъектов предпринимательской деятельности, которые предоставляют туристические услуги в сфере рекламы, перевозки, временного размещения, питания, экскурсионного, спортивного, развлекательного и другого обслуживания. Важными являются вопросы совершенствования подготовки специалистов туристической деятельности, формирования их профессиональных и деловых качеств, а также дальнейшего реформирования образовательной системы.

За последнее десятилетие в Украине увеличилось количество государственных и негосударственных учреждений высшего образования, готовящих специалистов по специальности «Туризм». Это не решило проблему обеспечения отрасли специалистами. Как свидетельствует практика, качество подготовки специалистов для сферы туризма не всегда соответствует образовательным стандартам, действующим в настоящее время.

Результаты проведенного исследования показали, что большинство профессионалов в области туризма отмечают недостатки подготовки в учреждениях высшего образования, а также несоответствие знаний выпускников реальным требованиям, которые им предъявляются.

Среди основных упущений в подготовке специалистов для сферы туризма следует выделить низкую профессиональную компетентность, недостаточное знание иностранных языков, низкий уровень компьютерной подготовки, отсутствие практических навыков, неумение общаться с клиентами и коллегами, завышенные требования к работодателям, завышенные критерии самооценки и низкую трудовую мотивацию. Среди множества факторов, которые влияют на повышение качества подготовки профессиональных кадров для сферы туризма, следует также выделить уровень развития отрасли, недостаточную согласованность национальных образовательных стандартов с мировыми, квалификационный уровень профессорско-преподавательского состава и отсутствие современной материально-технической базы для прохождения производственной практики.

Следует выделить следующие проблемы низкого уровня подготовки кадров в сфере туризма: несогласованность образовательных стандартов с реальными потребностями туристического рынка, недостаточную квалификацию профессорско-преподавательского состава учреждений высшего образования, преобладание теории над практикой, что вызвано, прежде всего, нехваткой собственного профессионального опыта работы в сфере туристического бизнеса. Весьма актуальной остается задача обеспечения образовательных услуг профессиональными преподавательскими кадрами, а также переподготовки и повышения квалификации преподавателей специальных дисциплин, которые охватывают целый спектр туристских и гостиничных услуг, начиная от организации услуг и заканчивая внедрением новых технологий в туризме. К подготовке специалистов для сферы туризма необходимо более активно привлекать практических работников, вследствие чего значительно повысится уровень преподавания профильных дисциплин. Динамизм развития сферы туризма ставит на повестку дня также вопрос корректировки и разработки новых образовательных стандартов. Новые стандарты должны учитывать не только потребности развития отрасли туризма в Украине, но и отвечать мировым стандартам подготовки специалистов для нее. При этом эффективным будет процесс разработки образовательных стандартов только в том случае, если они будут разрабатываться в тесном сотрудничестве учебных заведений и профессионалов сферы туризма. Помимо совершенствования украинских образовательных стандартов подготовки специалистов для сферы туризма повышению качества выпускаемых специалистов будут способствовать обновленные правила сертификации и аккредитации, что актуализирует действующие учебные программы, а также позволит внедрять новые системы образования и подготовки кадров.

На данный момент негативным фактором в подготовке высококвалифицированных специалистов для сферы туризма является отсутствие тесных связей между учреждениями высшего образования и руководителями предприятий сферы туризма. Обе стороны не учитывают то, что непосредственное участие туристических предприятий в процессе профессионального формирования будущего специалиста позволит конкретизировать перечень и содержание профессиональных компетенций, формируемых у студентов в процессе подготовки в учреждениях высшего образования. Ведь в настоящее время выпускнику очень важно иметь хорошее знание иностранных языков (одного или двух); также важно знать географию, иметь глубокие знания страноведческого характера; уметь пользоваться специализированными компьютерными программами, поисковыми системами; владеть первичными навыками техники продаж туристического продукта, разбираться в технологиях бронирования услуг; владеть основами юридических знаний и разбирать конфликтные ситуации. Для работодателя большое значение имеют личностные качества выпускника (высокая коммуникабельность, ответственность, аккуратность, доброжелательность, стрессоустойчивость). Тесные партнерские отношения позволят работодателям (субъектам сферы туризма) при трудоустройстве молодых специалистов отдавать предпочтение выпускникам из учреждений высшего образования, которые являются партнерами.

Не следует забывать еще про один весомый фактор качественной подготовки специалистов для сферы туризма – сознательный профессиональный выбор. Согласно статистике, только 25% выпускников учреждений высшего образования остаются работать в сфере профессиональной деятельности в соответствии с профессиональным образованием, что свидетельствует о недостаточной профориентационной работе с выпускниками школ и студентами учреждений высшего образования. Только 19% выпускников школ имеют некоторое представление о своей будущей профессиональной деятельности. Только сознательный выбор профессии каждым учащимся повысит качество учебного процесса в учреждении высшего образования и обеспечит подготовку специалистов высокой квалификации. Практика показывает, что наиболее успешно учатся те студенты, которые заранее ознакомились с будущей профессией, у которых еще в

школе определился интерес к ней. В этой связи возрастает значимость сознательного профессионального выбора благодаря эффективной профориентационной работе.

Растущие требования к подготовке специалистов для сферы туризма требуют нового, инновационного подхода в обучении. Такая тенденция сложилась во всем мире. Инновационный тип обучения специалистов для сферы туризма предусматривает подготовку специалиста к использованию методов прогнозирования, моделирования и проектирования в своей профессиональной деятельности. В период обучения важно сконцентрировать внимание обучающегося на проблемах и трудностях, ожидающих его в будущем, на альтернативных способах и методах их решения. Важной особенностью инновационного подхода к обучению является развитие у человека способности к сотрудничеству и его участию в процессе принятия решений на всех уровнях. Переход на инновационный путь обучения связан с дополнительными инвестициями в человеческий капитал.

Важным моментом в предоставлении качественных образовательных услуг является оптимизация количества профильных учебных заведений по подготовке специалистов для сферы туризма. Это позволит обеспечить абитуриентов достоверной информацией о состоянии рынка образовательных услуг в этой сфере и определит их окончательный выбор в получении желаемой специальности.

Несмотря на определенные позитивные сдвиги в социально-экономической сфере система подготовки кадрового обеспечения и профессионального обучения в сфере туризма находится в крайне сложных условиях, потерял контроль государства над подготовкой специалистов разных образовательно-квалификационных уровней, появилось множество учебных заведений разных форм собственности по их подготовке. Актуальным является вопрос отраслевой системы подготовки и повышения квалификации туристских кадров с целью обеспечения предприятий сферы туризма специалистами, способными продуктивно работать в условиях модернизации экономики и жесткой конкуренции на рынке туристических услуг. Первоочередными являются вопросы подготовки, повышения квалификации, обучения смежным профессиям специалистов в сфере туристской индустрии и формирования предпринимательского корпуса специалистов со знанием новых экономических условий на мировом и внутреннем рынках туристских услуг.

В современных условиях одной из важных форм повышения профессионального уровня сотрудников туристических фирм должно стать их постоянное участие в научных конференциях, различного рода семинарах, прохождении стажировок на предприятиях туристской сферы в своей стране и за рубежом. Необходимо использовать зарубежный опыт подготовки и повышения квалификации специалистов сферы туризма с учетом украинской специфики туристической деятельности. Это позволит обеспечить достойный вклад сферы туризма в решение следующих общенациональных задач устойчивого экономического развития Украины: создание условий для динамичного и устойчивого экономического роста отрасли; повышение уровня и качества жизни населения страны; повышение конкурентоспособности украинской экономики; обеспечение сбалансированности социально-экономического развития регионов Украины.

Основными недостатками подготовки специалистов для туристической отрасли в Украине являются следующие:

- недостаточная согласованность национальных образовательных стандартов с реальными потребностями туристического рынка;
- чрезмерная академичность профильного высшего образования при явном недостатке практических навыков и знаний;
- недостаточный уровень квалификации профессорско-преподавательского состава и нехватка профессиональных преподавателей из числа практиков, обучающих студентов для сферы туризма;
- отсутствие достаточной практической подготовки, на которую в учебном процессе отводится мало времени.

Можно привести следующие предложения, направленные на совершенствование процесса подготовки кадров в сфере туризма:

- модернизация существующих и разработка новых образовательных стандартов для подготовки квалифицированных кадров сферы туризма;
- повышение уровня профессиональной подготовки профессорско-преподавательского состава;

- более широкое привлечение к подготовке туристских кадров практических работников из сферы туризма;
- налаживание тесных партнерских связей учреждений высшего образования и предприятий сферы туризма;
- создание тренинговых предприятий для прохождения производственной практики студентов;
- увеличение сроков производственной практики, изменение ее структуры; производственная практика должна осуществляться в фирмах, непосредственно работающих с клиентами;
- применение в процессе подготовки специалистов в туристической сфере инновационных педагогических технологий, ориентирующих студентов на постоянное совершенствование своих умений и навыков, приобретение новых знаний.

Реализация указанных предложений, обеспечение сферы туризма высокопрофессиональными специалистами будет способствовать расширению сферы туристической деятельности, увеличению бюджетных поступлений от этой деятельности, эффективному использованию историко-культурных и природных ресурсов, совершенствованию сети торгово-бытового и рекреационного обслуживания, а также улучшению качества туристических услуг.

Список использованной литературы

1. **Стратегія** розвитку туризму та курортів до 2026 р. : розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 бер. 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>. – Дата доступу : 06.01.2017.
2. **World Tourism Organization UNWTO** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org>. – Дата доступу : 06.01.2017.
3. **Сорока, Л.** Проблеми та перспективи розвитку туризму та підготовки туристичних кадрів в Українському Придунав'ї / Л. Сорока // Вісн. Львівського ун-ту. Сер. географічна. – 2013. – Вип. 43. – Ч. 1. – С. 268–273.

УДК 339.1

А. В. Егоров (jahorau@gmail.com),
канд. экон. наук, доцент

Государственный институт управления
и социальных технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМА ДОЛГОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Статья посвящена исследованию актуальной проблемы экономики Беларуси (оценке ее долговой устойчивости). Определяется сущность долговой устойчивости, специфика возникновения и проявления проблемы долговой устойчивости в транзитивной экономике, дается анализ последствий для долговой устойчивости страны относительно жесткой кредитно-денежной политики, проводимой в Республике Беларусь с 2015 г.

The article investigates the actual problem of Belarusian economy assessment of its debt sustainability. The article defines the essence of debt sustainability, the nature of origin and manifestation problems of debt sustainability in transitive economy. In the article you will also find analysis of the implications of country's debt sustainability with regard to tight monetary policy pursued in the Republic of Belarus since 2015.

Ключевые слова: транзитивная экономика; экономический рост; кредитно-денежная эмиссия; государственный долг; проблемная задолженность по активам, подверженным кредитному риску; долговая устойчивость; индикаторы долговой устойчивости.

Key words: transitive economy; economic growth; monetary emission; state debt; bad debts on assets subject to credit risk; debt sustainability; debt sustainability indicators.

На данном этапе на первый план в белорусской экономике выходит проблема обслуживания долга на макроэкономическом (государственный долг) и микроэкономическом (долг субъектов хозяйствования) уровнях. Предметом данного исследования являются отношения, складывающиеся по поводу стимулирования и финансирования экономического роста в тран-

зитивной экономке, анализ состояния долговой устойчивости белорусской экономики с позиций достижения устойчивого экономического роста.

Этап неустойчивого роста белорусской экономики, прерывающегося периодическими валютными кризисами, закончился вместе с масштабным валютным кризисом в декабре 2014 г. – январе 2015 г. [1]. В 2015 г. – начале 2016 гг. в Беларуси коренным образом изменилась кредитно-денежная политика. На смену эмиссионному финансированию экономического роста пришла относительно жесткая (по сравнению с предшествующим периодом) кредитно-денежная политика, направленная на стабилизацию финансово-кредитной сферы, достижение макроэкономического равновесия в курсообразовании [2]. Одним из направлений новой кредитно-денежной политики стало ограничение темпов роста широкой денежной массы (ШДМ) и кредитной эмиссии. Рублевая часть (агрегат М2*) ШДМ в 2015 г. сократилась в абсолютном выражении на 1,5%. В январе – феврале 2016 г. уменьшение агрегата М2* составило 10,6%. За 2016 г. показатель ШДМ практически не изменился. На 1 января 2017 г. он составил 33 901,8 млн р., на 1 июня 2017 г. – 34 006 млн р. По состоянию на 1 января 2016 г. совокупный портфель банковских активов, подверженных кредитному риску, в долларовом выражении сократился по сравнению с 1 января 2015 г. [3].

Под долгом следует понимать обязательства, формирующиеся при использовании финансовых инструментов, для которых характерны кредитные риски. Понятие долга шире, чем понятие кредита. К активам, подверженным кредитным рискам, кроме кредита также относятся лизинг, факторинг, ценные бумаги и другие финансовые инструменты. В процессе исследования будет использоваться следующая классификация долга: внешний и внутренний, государственный и частный, долг в национальной и иностранной валюте.

Содержание долгового кризиса можно определить следующим образом: долговой кризис – это состояние экономики, при котором накопление долга достигает такого размера, когда на его обслуживание расходуется основная часть добавленной стоимости, вследствие чего устойчивый экономический рост становится труднореализуемым. Долговой кризис – это долговременная ситуация, характеризующаяся затруднениями, возникающими на макроэкономическом (государство) и микроэкономическом (субъекты хозяйствования) уровнях при обслуживании обязательств, имеющих кредитную природу.

В качестве индикаторов долгового кризиса используются показатели, диагностирующие финансовую устойчивость на макроэкономическом и микроэкономическом уровнях. Нарушение их предельных значений свидетельствует о неблагополучии в обслуживании долгов. Разработано и используется достаточно много показателей долговой устойчивости. На макроэкономическом уровне долговая устойчивость – это отношение внешнего государственного долга к объему валового внутреннего продукта (ВВП). Согласно рекомендациям Международного банка реконструкции и развития, значение показателя не должно превышать 25%; отношение платежей по обслуживанию внешнего государственного долга к доходам бюджета не должно превышать 15%; отношение валового внешнего долга к ВВП не должно превышать 55%; отношение валового внешнего долга к объему экспорта не должно превышать 100%; отношение общих платежей по обслуживанию долга к экспорту товаров и услуг не должно превышать 15%; величина золотовалютных резервов (ЗВР) должна быть не менее трехмесячного объема импорта; отношение внутреннего государственного долга к ВВП не должно превышать 20%. На микроэкономическом уровне долговая устойчивость – темпы роста и доля проблемной задолженности организаций реального сектора экономики перед банками; темпы роста и доля просроченной кредиторской задолженности организаций реального сектора экономики.

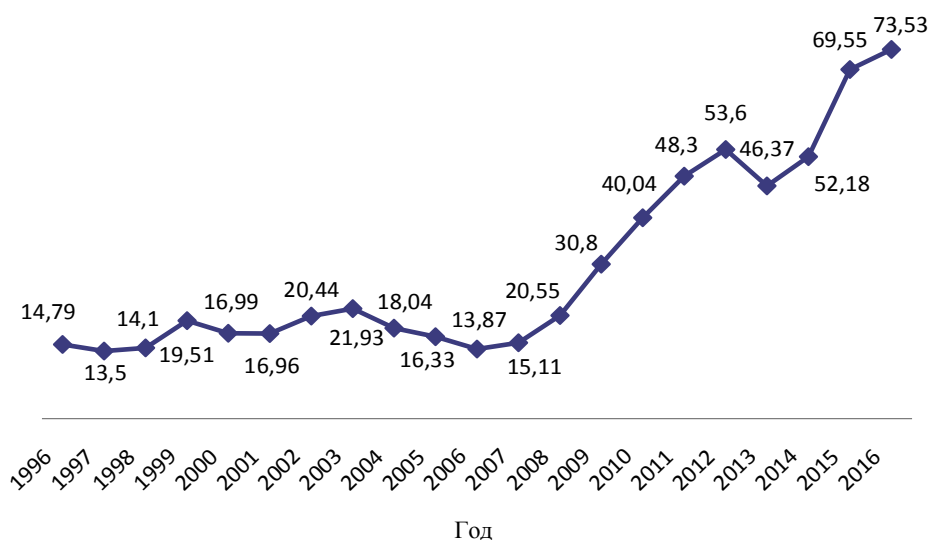
Индикаторы долговой устойчивости на макроэкономическом уровне. Государственный долг Республики Беларусь на 1 января 2016 г. увеличился по сравнению с началом 2015 г. на 66,4%. Внутренний государственный долг на 1 января 2016 г. составил 97,4 трлн р., увеличившись за 2015 г. на 101,4%; на 1 июня 2017 г. – 9,3 млрд р. Отношение внутреннего государственного долга к ВВП хотя и выросло с 2015 г. с 5,7% до 9,0% (данные на 1 июня 2017 г.), находится ниже порогового значения 20%. При оценке внутренней долговой устойчивости экономики следует принимать во внимание также обязательства бюджетов местных органов исполнительной власти. Их расходная часть существенно обременена средствами, резервируемыми на исполнение гарантий по кредитам территориально подведомственных организаций (в основном сельскохозяйственных). В 2015 г. на исполнение гарантий было зарезервировано 600 млрд р.

Внешний государственный долг составил на 1 января 2016 г. 12,4 млрд долл. США, на 1 июня 2017 г. – 13,9 млрд долл. США [4]. На 1 января 2015 г. отношение внешнего государст-

венного долга к ВВП составляло 16,6%, на 1 января 2016 г. – 22,7, на 1 июня 2017 г. – 28,0%, что выше порогового значения (25%). Если учитывать квазисуверенный долг в форме валютных облигаций Министерства финансов Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь, то доля государственного долга, номинированного в иностранной валюте, составляла на 1 января 2016 г. 37% от ВВП. Опасение вызывает величина ЗВР стран, которые находятся на уровне двухмесячного импорта (значительно ниже порогового значения) (рисунок).

Такую же неблагоприятную динамику как государственный внешний долг имеет и валовой (совокупный) внешний долг, включающий кроме государственного долга банковского и корпоративного секторов экономики. Валовой внешний долг на 1 января 2016 г. был равен 38 275,0 млн долл. США (70% от ВВП, выше порогового значения 55%). На 1 января 2017 г. отношение валового внешнего долга к ВВП составило 79,3%. Отношение валового внешнего долга к экспорту товаров и услуг на 1 января 2016 г. составило 116,8%, что выше порогового значения 100% [4].

График отношения валового внешнего долга Беларуси к ВВП за период 1996–2016 гг., %



Важными индикаторами наличия долговых проблем являются показатели обслуживания долга. Отношение средств, направленных на обслуживание внешнего государственного долга (погашение основной части долга и выплата процентов), к доходам бюджета составило в 2015 г. более 20% (пороговое значение составляет не более 15%). В 2015–2016 гг. республиканский бюджет был исполнен с профицитом. Кроме соблюдения норматива дефицита важным является то, как используется превышение доходов над расходами. В ситуации резкого сокращения поступлений в бюджет платежей, имеющих рентную природу, профицит белорусского республиканского бюджета направляется не на финансирование роста экономики, как это было ранее, а на обслуживание внешнего государственного долга. В 2017 г. профицит государственного бюджета обеспечивает обслуживание только 25% государственного долга. Источником обслуживания оставшейся части долга являются новые заимствования.

Индикаторы долговой устойчивости на микроэкономическом уровне. Доля проблемных кредитов в совокупных банковских активах составляла на 1 января 2015 г. 4,4%, на 1 января 2016 г. – 6,8, на 1 июля 2017 г. – 13,7% [3]. За 2016 г. величина проблемных активов выросла на 85,8%, несмотря на передачу их части Агентству по управлению активами. Если обратиться к показателям доли «плохих» кредитов в белорусской экономике за предшествующий период, то можно сказать, что их отличие по сравнению с 2016 г. будет заметным и существенным. Совокупная доля проблемной задолженности по активам, подверженным кредитному риску, с 2007 г. до 2014 г. не поднималась выше 3,0%.

Можно констатировать наличие тенденции, заключающейся в нарастании достаточно быстрыми темпами в банковской системе Беларуси проблемной задолженности по активам, подверженным кредитному риску, и значительном превышении ею порогового значения 10%, что является одним из симптомов системного долгового кризиса.

Такие же процессы фиксируются в состоянии текущих финансовых расчетов белорусских организаций, качество расчетов ухудшается. Если за 2014 г. просроченная кредиторская задолженность выросла на 32,1%, то за 2015 г. – на 51,4%. Следует отметить, что пик роста просроченной кредиторской задолженности пройден в 2015–2016 гг., за 5 мес. 2017 г. ее рост составил 1,7%. Речь идет не об улучшении ситуации и не о ее «стабилизации» (официальная лексика), а о консервации неблагоприятной тенденции. Доля просроченной задолженности в составе кредиторской растет. На 1 января 2015 г. она составляла 13,5%, на 1 января 2016 г. – 16,4, на 1 июня 2017 г. – 17,1%. Явление имеет всеобщий характер; доля организаций, имеющих просроченную кредиторскую задолженность, на 1 июня 2017 г. составляла 64,9%, просроченную дебиторскую задолженность – 75,7% [5]. Можно констатировать, что в 2014–2017 гг. ситуация с взаиморасчетами организаций реального сектора экономики принципиально ухудшилась по сравнению с предшествующим периодом эмиссионного финансирования экономики.

Приведенные выше данные свидетельствуют о том, что вследствие реализации относительно жесткой кредитно-денежной политики обострились дисбалансы, накопленные в период действия модели эмиссионного экономического роста, что вызвало скачкообразное наращивание «плохих» долгов реального сектора экономики. Доля проблемных кредитов превысила критическое для безопасности банковской системы значение (10%), а доля просроченной кредиторской задолженности увеличилась почти до $\frac{1}{5}$. При этом следует учесть, что эти явления (рост проблемных кредитов и просроченной кредиторской задолженности) происходили в 2015–2016 гг. при уменьшившемся значении рублевой составляющей ШДМ, стали результатом исключительно структурных, а не монетарных факторов (в росте проблемных долгов инфляционная составляющая является незначительной).

Финансовое состояние значительного числа белорусских организаций таково, что у них нет средств для обслуживания кредитов. По состоянию на 1 июня 2017 г. доля убыточных организаций составила 21,2%, на 1 января 2016 г. – 33,3% (снижению доли убыточных организаций в значительной мере способствовали решения правительства о списании курсовых разниц). Более половины организаций функционирует с рентабельностью от 0% до 5%. На 1 июня 2017 г. доля убыточных организаций составила 58,3% [5]. Таким образом, общая доля организаций, которые фактически не в состоянии обеспечивать процесс простого воспроизводства составляет в белорусской экономике 80%.

Ухудшение положения дел с взаиморасчетами организаций реального сектора экономики и кредитоспособностью требует вмешательства со стороны правительства. В практике функционирования белорусской экономической модели известен и хорошо апробирован такой инструмент санации как обесценение (уничтожение) части проблемного долга посредством девальвации национальной денежной единицы. Общеизвестно, что сопутствующая девальвации валютная дестабилизация неприемлема для нынешнего состояния белорусской экономики. Остается еще один освоенный инструмент (списание проблемной задолженности с балансов банков). Обратной негативной стороной такого действия является появление обязательств по списываемым с балансов банков проблемным долгам в государственном бюджете. Первопричина образования и накопления проблемных долгов (неэффективное функционирование административно-командной модели экономики) не будет устранена, проблемные долги через определенный промежуток времени вновь накопятся до критического уровня.

Таким образом, основная проблема современного состояния белорусской экономики состоит в том, что после прекращения в 2015 г. стимулирования роста посредством кредитно-денежной эмиссии не удалось сформировать новые приоритеты и цели развития и начать создавать условия для реализации модели качественного типа роста (устойчивого, основанного на использовании интенсивных факторов, имеющего инновационный характер). Прежняя стратегия развития (рост на основе присвоения и использования природной ренты от переработки минеральных ресурсов) с падением мировых цен на минеральное сырье, с одной стороны, ростом цен для Беларуси на российские энергоносители, с другой, потеряла системообразующее содержание и значимость. Сокращение рентных поступлений вызвало прекращение кредитно-денежной эмиссии, что привело к разбалансированию белорусской экономики, ухудшению возможностей обслуживания долгов, накоплению проблемных долгов. В условиях изменившейся конъюнктуры мировых цен переработчики минерального сырья перестали пополнять доходную часть бюджета в требуемых объемах. Возможности стимулирования экономического роста оказались крайне ограниченными. С одной стороны, приоритетными для бюджета стали расходы, направляемые на обслуживание государственного долга, уменьшающие инвестиционные статьи расходной части бюджета. С другой стороны, реалистичная бюджетная и налогово-

вая политика, направленная на стимулирование новых «точек роста», крайне ограничена в возможностях из-за потенциальной угрозы инфляции и валютного кризиса.

На основе анализа макро- и микроэкономических индикаторов долговой устойчивости экономики Республики Беларусь диагностировано нарушение порогового значения ряда показателей валового внешнего долга и государственного внешнего долга, а также показателей проблемной кредиторской задолженности и задолженности по активам, подверженным кредитному риску, что дает основание полагать о вхождении экономики в стадию воспроизводства долговой неустойчивости.

Список использованной литературы

1. **Егоров, А. В.** Природа валютной нестабильности в транзитивной экономике / А. В. Егоров // Экон. вестн. ун-та : сб. науч. тр. ученых и аспирантов / Переяслав-Хмельницкий гос. ун-т им. Г. Сковороды. – Переяслав-Хмельницкий, 2015. – Вып. 25/1. – С. 168–174.

2. **Егоров, А. В.** Промежуточные итоги и перспективы применения в транзитивной экономике Беларуси режима монетарного таргетирования / А. В. Егоров // Экон. вестн. ун-та : сб. науч. тр. ученых и аспирантов / Переяслав-Хмельницкий гос. ун-т им. Г. Сковороды. – Переяслав-Хмельницкий, 2017. – Вып. 35/2. – С. 355–364.

3. **Бюллетень** банковской статистики. – 2017. – № 7 (217) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nbrb.by/statistics/buletin/2015/bulletin2015_1.pdf. – Дата доступа : 30.08.2017.

4. **Официальный сайт** Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.minfin.gov.by/public_debt/pressreleases/. – Дата доступа : 30.08.2017.

5. **Официальная** национальная статистика Республики Беларусь: оперативные данные / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа : 30.08.2017.

УДК 641/642:658.8

Т. В. Емельянова (emeltv@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

О ФОРМИРОВАНИИ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

В статье рассматриваются инструменты, применяемые объектами общественного питания в ценовом и ценностном стимулировании в целях формирования лояльности к объекту общественного питания.

This article describes tools used by catering companies in price and value incentive area for development of client's loyalty in the catering company.

Ключевые слова: общественное питание; лояльность потребителей; ценовое стимулирование; ценностное стимулирование; инструменты ценового стимулирования.

Key words: catering industry; client's loyalty; price incentive; value incentive; price incentive tools.

В общественном питании, как и в других отраслях сферы услуг, бизнес строится в первую очередь на постоянных клиентах, поэтому целесообразно проводить систему мероприятий по формированию лояльности потребителей к объекту общественного питания в целях продвижения своей продукции и услуг. Основа лояльности – это позитивный опыт, полученный потребителем при посещении конкретного объекта общественного питания. Лояльность возникает тогда, когда данный объект общественного питания для потребителя является носителем определенной ценности. Это позволяет обеспечивать гарантированный объем товарооборота, обеспеченный лояльными клиентами.

Мероприятия по стимулированию продаж и усилению лояльности к объекту общественного питания ставят своей целью поощрение более интенсивного потребления услуг (увеличение стоимости заказа, частоты посещения объекта общественного питания), поощрение посто-

янных посетителей, обеспечение снижения колебаний спроса в течение дня, дней недели или сезонных колебаний, привлечение новых посетителей.

Современный рынок услуг общественного питания предоставляет потенциальные возможности наращивания объемов деятельности за счет поиска новых и совершенствования применяемых методов и форм обслуживания населения для создания потребителям максимальных удобств по выбору, получению и приему пищи; введения специальных видов сервиса для клиентов (проведение детских праздников, дней рождения, корпоративных мероприятий и др.); использования выездного обслуживания (кейтеринг).

В стимулировании продаж в общественном питании можно выделить ценовое стимулирование (предоставление скидок, применение пониженных наценок в дневное время, при заказе определенного количества продукции собственного производства) и ценностное (создание особой атмосферы в объекте общественного питания, проведение различных развлекательных и тематических мероприятий, использование специальных приемов приготовления и подачи блюд, обслуживания).

В современных условиях государственное регулирование цен и наценок в общественном питании сохранено только для объектов общественного питания при учреждениях образования, а также при их реализации в объектах общественного питания алкогольных напитков крепостью свыше 28%, производимых и реализуемых на территории Республики Беларусь, по которым установлена предельная максимальная наценка с учетом наценки общественного питания, торговой надбавки (включая оптовую надбавку) в размере 60%. Это позволяет организациям общественного питания в условиях возрастающей конкуренции применять разнообразные ценовые и неценовые средства стимулирования продаж. Цена на продукцию собственного производства и покупные товары может использоваться как адаптивный механизм для усиления лояльности к объекту общественного питания и изменяться (приспосабливаться) при изменениях издержек, соотношения спроса и предложения, конкуренции.

В практике деятельности объектов общественного питания в Республике Беларусь получили широкое распространение следующие виды скидок:

- скидка постоянным покупателям (в кафе «Ремикс» в г. Гомеле предоставляется дисконтная карта для постоянных гостей);
- скидка с цены, предоставляемая в дни или часы наименьшего покупательского спроса, обычно с начала работы объекта общественного питания и до 10:00–11:00 ч утра, в ресторанах – с 12:00 до 16:00 (в кафе-пиццерии «Арлекино» (г. Гомель) по будням с 12:00 до 15:00 предоставляется скидка на все блюда из меню в размере 20%; во время акции «Счастливые часы» в кафе «Ремикс» (г. Гомель) предоставляется скидка в размере 10%; скидка в размере 10% предоставляется в среду, четверг, воскресенье в ресторане «Спартакровский замок» (г. Гомель);
- скидки по поводу праздников, личных событий посетителя (день рождения, день свадьбы, выставки-продажи (скидки именинникам в размере 50% в антикафе «Sweet Home» (г. Гомель); скидка в размере 10% на меню при проведении торжеств в баре «Берлога» (г. Гродно); праздничные акции со скидками в кафе «ФриДом» (г. Брест); скидка в размере 15% в день рождения посетителя в ресторане «Спартакровский замок» (г. Гомель);
- скидка при достижении определенной суммы покупок в объекте общественного питания – дисконт-корпоративная скидка, действующая в течение установленного срока (скидка в размере 10% посетителям кафе «На Вознесенской» (г. Брест) по предъявлению дисконтной карты, которая выдается при совершении заказа на сумму 200 р. и более);
- консолидированная скидка (накопительная дисконтная программа, которая позволяет получать скидки от 3% до 5% в кафе «Pierrot» (г. Гомель);
- завуалированная скидка – скидка на комплексные обеды, бизнес-ланчи, блюдо дня (каждый день скидки в размере 50% на новые блюда из меню в кафе «Театральное» (г. Гомель); акция «Лови момент: забирай целиком – плати за половину!» при покупке сэндвичей и фреш пицц с 20:00 до 22:00 в пиццерии «Маргарита» (г. Минск); акция «Счастливые часы» с 18:00 до 19:00 в кафе «Дворик» со скидкой в размере 10% на любую пиццу из меню; скидка в размере 20% по будням после 17:00 на блюдо дня в кафе «На Вознесенской» (г. Брест);
- поощрительная скидка в виде предоставления дополнительного бесплатного блюда при приобретении определенного количества блюд (акции в кафе «ФриДом» (г. Брест) «Купи три картошки фри по цене двух», «Купи пять лимонадов и получи шестой в подарок»; акция в кафе «Ремикс» (г. Гомель) «При покупке пиццы "Ветчина и грибы" и пиццы "Четыре сезона" пицца "Осенняя" в подарок»; скидка на второй сет в ресторане «Пекин» (г. Гомель); скидка сопрово-

ждающему группы туристов при проведении завтраков, обедов, ужинов в «SUSHI OKE» (г. Брест);

- рабат – скидка, предоставляемая при принятии от посетителя заказа на банкет и предварительной оплаты (скидка в размере 10% на весь счет при наличии предварительного заказа в кафе «Loft Cafe» (г. Минск); скидка на банкетное меню в размере 10% при предварительном бронировании и скидка на спиртное в размере 40% в загородном ресторане «Ратомка» (г. Минск);

- возмещение с отсрочкой с выдачей купона, который можно предъявить при следующем посещении (скидка в размере 100% на суши в ресторане «Витебский трактир» «Собери 5 купонов и получи суши бесплатно!»);

- скидка при отпуске продукции на вынос (пицца на вынос со скидкой в размере 20% в кафе «Арт-кафе» (г. Гомель); скидка в размере 20% на пиццу всем автомобилистам в пиццерии «Кардинале» (г. Гомель), скидка в размере 20% при заказе суши с собой в ресторане «SUSHI OKE» (г. Брест);

- скидка предъявителю купона по совместным программам лояльности потребителей (скидка в ресторане «Подкова» при покупке товаров в сети магазинов «ООО «Мир бильярда»);

- скидка на втором рынке (скидка в размере 20% всем студентам при предъявлении студенческого билета в кафе «Сити» (г. Гомель); акция «Мы накормим ваших детей бесплатно» при заказе на определенную сумму в ресторане «Дрозды клуб» (гор. пос. Ждановичи), с ограничением количества детей, на одну семейную пару не более двух детей).

К приемам психологического ценообразования, которые могут применяться в общественном питании, можно отнести установление рекомендательных цен (пониженных цен на основное блюдо) и некоторые другие, представленные на нижеприведенном рисунке.

Приемы психологического ценообразования в общественном питании



Примечание – Источник: собственная разработка автора.

При выборе средств ценового стимулирования продаж следует учитывать, что оно не способствует усилению лояльности потребителей по отношению к тем позициям меню, на которые устанавливаются скидки. Лояльность формируется к самому объекту общественного питания, которое приобретает известность объекта с постоянными интересными акциями. Тем самым в восприятии потребителей повышается ценность услуги, оказываемой данным объектом общественного питания.

Потребитель в комплексе оценивает ценность услуг, получаемых в процессе посещения объекта общественного питания. Чувство удовлетворенности у потребителя возникает, когда общая ценность преимуществ от полученной услуги преобладает над его затратами. Помимо цены общую ценность услуги общественного питания формируют комплексность и качество оказания услуги; комфорт посетителя; компетентность, отзывчивость, вежливость и предупредительность обслуживающего персонала; понимание потребителей и удовлетворение их индивидуальных потребностей и запросов; имидж объекта общественного питания.

Достаточно популярным и эффективным инструментом стимулирования продаж, не связанным напрямую с ценой кулинарной продукции, являются следующие предложения в натуральной форме:

- подарок-качество (на определенное количество посещений объекта общественного питания в любые дни);
- проба качества (пробные порции нового блюда, услуги);
- презент какого-либо блюда, напитка (наиболее распространенный «Комплимент от шеф-повара», от сомелье, бармена и т. п.) (в кафе «Таити» (г. Минск) при бронировании корпоратива – фуршет в подарок; в кафе «ФриДом» (г. Брест) – «Купи кофе с 10:00 до 12:00 и получи пирожное бесплатно»);
- организация дегустации новых блюд.

Проведение специальных дегустаций для посетителей наиболее эффективно в случае внесения новых позиций в меню. Это является лучшим способом поощрить их заказать новинки.

Одним из инструментов стимулирования продаж, который в последнее время активно осваивают отечественные организации общественного питания, является активное предложение (конкурсы, игры, лотереи) с целью вовлечения посетителей в активность по зарабатыванию бонусов, которые в обязательном порядке предусматривают призы и подарки. В качестве призов целесообразно использовать подарочные сертификаты и сувенирную продукцию с логотипом ресторана, кафе или бара, бесплатные обеды в объектах общественного питания, бесплатные ужины, подарки, что привлекает к этим мероприятиям, следовательно, и к объекту общественного питания и его услугам дополнительное внимание потенциальных посетителей. При организации шоу-программы с участием артистов в качестве приза для пришедших на выступление гостей может быть автограф, фото на память с артистами.

Конкурсы в отличие от игр и лотерей основаны на неслучайном отборе, они предусматривают соревнование среди гостей в выполнении определенных акцией условий. Могут применяться моментальные игры, которые позволяют гостям получить небольшой подарок за один поход в ресторан. В одном из пивных баров Европы для ежедневного соревнования используется электронное табло с указанием количества выпитых посетителями по номерам столиков кружек пива.

Организация акций, стимулирующих потребительскую активность, для привлечения внимания к объекту общественного питания, увеличения количества посещений может проводиться в тандеме со следующими организациями-неконкурентами: объектами розничной торговли; сайтами; радио; гостиницами и др. Организация акций, стимулирующих потребительскую активность, может проводиться также в тандеме с поставщиками. В качестве перспективных, с точки зрения организации, акций с поставщиками выступают производители и дистрибьюторы алкогольной и безалкогольной продукции. Можно использовать коктейли, изготовленные на ее основе, в качестве призов в конкурсах, а соки предлагать как бонус при определенном размере заказа. При этом следует учитывать, что предоставление более пяти литров алкогольных напитков, пива и слабоалкогольных напитков в качестве призов (подарков) при проведении конкурсов, лотерей, игр в соответствии со ст. 12.26 ч. 2 Кодекса об административных правонарушениях Республики Беларусь влечет наложение штрафа в размере от пятидесяти до ста базовых величин.

Важно, чтобы проводимые мероприятия по формированию лояльности подкреплялись наличием интернет-сайта объекта общественного питания с качественным контентом; рекламных штендеров с меню и актуальными акционными предложениями на текущий день, неделю или месяц, рекламной продукцией.

Наиболее конкурентоспособные объекты общественного питания стремятся использовать весь комплекс средств и инструментов ценового и ценностного стимулирования продаж. В сети ресторанов «Якитория», функционирующей в Российской Федерации, используются для стимулирования продаж следующие инструменты: постоянно действующие накопительные дис-

контные карты; специальные предложения во время обеденного перерыва (специальное меню, цены и быстрая доставка); акция от службы доставки (каждый следующий заказ дешевле на 5%); специальные предложения к праздникам; ночная скидка в размере 25% на суши и роллы; сбор фишек для получения подарков (клиент при покупке продукции ресторана получает фишки пропорционально цене заказа, которые может потом обменять на подарки).

Эффективными приемами ценностного стимулирования в общественном питании являются позиционирование уникальности и особенностей кухни, уникальности отдыха и праздничных предложений, получения положительных впечатлений и эмоций, использование нестандартных приемов подачи еды и обслуживания.

Уникальность и особенности кухни, которые повышают интерес к объекту общественного питания, могут проявляться в применении стиля фьюжн или cross-cooking (от англ. cross – перекресток; cooking – приготовление пищи), использовании формата penkitchen, когда посетители видят, как и из чего для них готовят; организации шоу в процессе приготовления и подачи блюд (фломбирование десертов, выполнение заключительных операций по приготовлению блюд на виду у посетителей); проведении мастер-классов и авторских ужинов в стиле «лайт» и др. Следует большое внимание уделять запахам, например, аромат кофе или свежей выпечки повышают уровень продаж в кафетерии, закусочной или кофейне.

В качестве приемов для получения дополнительных положительных впечатлений и эмоций могут использоваться проведение разнообразных творческих вечеров, концертов, фотографирование посетителей с размещением на сайте ресторана или кафе. За рубежом для этого часто используется хедхантинг (от англ. head hunting – охота за головами, охота за звездами); в объектах общественного питания проводятся специальные мероприятия с приглашением прессы и знаменитостей. Еще одно перспективное направление – это создание ресторанов-клубов.

Для праздничных предложений в загородных ресторанах это могут быть барбекю-предложение для организации праздничного пикника с размещением в мангальной беседке, театрализованное представление или игровая программа на открытом воздухе, детские квесты, создание фотозон, транспортное обслуживание.

Среди применяемых за рубежом нестандартных приемов подачи еды следует выделить следующие: finger-food (фуршет, где едят только руками); tapas (может применяться для бизнес-ланчей, когда на стол подается одна огромная тарелка на всех, что способствует сближению людей, сидящих за столом); внедрение новых способов подачи фирменных блюд и напитков; проведение презентации фирменных блюд, размещение салат-баров, десерт-баров в зале ресторана; привлечение внимания посетителя чем-то необычным (необычная одежда обслуживающего персонала, необычные стойки для пива, которых нет ни в одном другом объекте общественного питания, большие бутылки для вина, создание ресторанов на крышах домов и т. п.).

Сопоставление подходов к формированию лояльности потребителей в общественном питании в Республике Беларусь и Российской Федерации показывает, что в целом применяются схожие инструменты и подходы, хотя активность различных объектов общественного питания Республики Беларусь в борьбе за лояльность потребителя существенно различается. Это можно объяснить различным уровнем менеджмента в этих объектах, знания и понимания современных средств и инструментов стимулирования продаж и особенностей их применения в общественном питании.

ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ К МЕНЕДЖМЕНТУ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Успех все больше зависит от цифровых моделей управления бизнесом. Цифровая трансформация требует изменения организационных моделей управления, здесь многое зависит от профессионализма менеджмента. Способность вовремя измениться является одним из определяющих факторов не только успеха и развития, но и выживания компаний.

Success is increasingly depends on digital business management models. Digital transformation requires changing of organizational management models, here much depends on the professionalism of management. The ability to change in time is one of the determinants of success, development and survival of companies.

Ключевые слова: цифровая трансформация; информационные технологии; менеджмент; искусственный интеллект; цифровизация; мотивация.

Key words: digital transformation; information technology; management; artificial intelligence; digitalization; motivation.

Одним из основных факторов, определяющим успех, является скорость. Со скоростью приходится быстрее осуществлять перемены, приспосабливаться и обучаться, быть готовым рисковать. Организации должны научиться постоянно оценивать знания и новые идеи. Знания становятся основным ресурсом экономического развития и роста, занимают все больший удельный вес в структуре стоимости продуктов и услуг. Будущее – за обучающими организациями, способными генерировать идеи. Именно они будут обладать такими способностями как скорость, стремительность, сокращение продолжительности цикла производства, культурные перемены и трансформация [1, с. 395]. Каждые 72 часа в мире появляются новые технологии. Если вкладывать средства только в технологии, при этом ничего не изменять в управлении, то вряд ли удастся повысить эффективность. Как отмечал Р. Салмон «завтра первостепенное значение будет иметь именно "разумная" организация, а не переполненная мощным производственным оборудованием, отходами; загрязненная среда уступит место той среде, где решающая роль будет отведена компактности, безопасности для здоровья людей и экологичности» [2, с. 113].

На данный момент основной движущей силой компании в рамках стратегии, ориентированной на рынок, являются клиенты. Современному менеджменту необходимо учитывать постоянно меняющиеся потребности сотрудников, работающих по найму, именно они станут основой гибкости компаний. Менеджмент не может игнорировать клиентов, но будет вынужден иметь дело с требованиями самостоятельных и активных сотрудников.

Нужны перемены со стороны менеджмента. Менеджмент сделает скачок в том случае, если признает, что основной объект (человек) существенно изменился. Он стремится активно участвовать в принятии решений, касающихся его жизни как на работе, так и вне ее.

Во многом успех организации определяется с помощью информационных технологий. Управление информационными потоками позволяет регулировать их и связывать подразделения компании с учетом организационной культуры и рабочей атмосферы, тем самым обеспечивается внутренняя согласованность компании. Новые информационные технологии выводят разделение труда на новый уровень. В организациях происходит ослабление роли иерархии. Переосмысливаются функциональные блоки и их взаимодействия. Сотрудники находят новые формы самостоятельности и свободы в принятии важных решений. Это связано с доступностью образования и новых технологий, что обеспечивает быстрый доступ к большим объемам информации и коммуникациям вне привычных пространственных границ.

Происходящая в обществе цифровая трансформация не может не повлиять на менеджмент. Успех все больше зависит от цифровых моделей управления бизнесом. При этом снижаются издержки на производство, время подготовки документов. Кроме хранения информации они позволяют получить доступ к мировым источникам информации. Все популярнее становится развитие технологий удаленной работы, позволяющее получить экономию от снижения затрат на аренду и т. п. Цифровая трансформация требует изменения организационных моделей

управления, здесь многое зависит от профессионализма менеджмента. При цифровой трансформации компания может получать представление о возможных клиентах, продвигать свой бренд, повысить продажи, используя презентации, электронный кабинет, специальные аккаунты и т. п.

В результате происходящих изменений необходимо предвидеть и возникающие проблемы. Новое поколение уже не мыслит своей жизни без цифровизации. Основной задачей, которую следует предвидеть и решать, является то, как будет происходить сосуществование разных поколений сотрудников. Многие профессии просто исчезнут. Это также следует предвидеть и готовить сотрудников к выполнению новых функций. Использование преимуществ всех активов в процессе трансформации возможно только с опорой на специализированные знания и навыки.

Технология, основанная на цифровых принципах, делает мир более тесным и доступным. То, что раньше требовало несколько дней или месяцев, сейчас занимает несколько часов. Те, кто располагает этими технологиями, получают важное преимущество перед теми, кто не успел вовремя их приобрести. Технологии определяют, где и как работают люди, а также тип выполняемой ими работы. Офис все меньше является местом работы. Чтобы общаться и поддерживать связь с коллегами не надо непременно сидеть рядом друг с другом.

Структура организаций становится более подвижной и динамичной. Работник включается в группу специалистов для решения конкретных задач с постоянно меняющимся составом работников в зависимости от требований клиентов. Это лишний раз подчеркивает важность грамотных действий при приеме на работу, обучении, мотивировании и управлении сотрудниками. Меняется скорость принятия решений, изменяется культура принятия управленческих решений. Корпоративная культура, проявляется во всем (в электронной почте, телефонных разговорах, социальных сетях). Именно культура определяет отношение к информации. При проведении цифровой трансформации организация сталкивается с отсутствием необходимых навыков, культурных различий и, пожалуй, основное, с проблемой мотивации.

Не существует готовых рецептов мотивации сотрудников, методы мотивации меняются вместе со временем. Происходящие изменения в обществе отражаются на системе ценностей, следовательно, и мотивации персонала. Без мотивации никто не работает, но она разная у каждого сотрудника. Существующая система мотивации в организации рассчитана на всех сотрудников. Это, как правило, материальная мотивация, разработанные показатели, система компенсаций, льгот. Заработная плата является обязательным условием любой работы, многие сотрудники работают в организации только ради того, чтобы зарабатывать. Мотивировать сотрудников только заработной платой не всегда удается. Для многих нематериальная мотивация становится основной. Здесь необходимо индивидуально подходить к ее использованию, учитывая психотип человека, его систему ценностей и т. п. Базовые теории мотивации и сегодня востребованы, но они развиваются. Ф. Герцберг в 1959 г. в работе «Мотивация на работе» подчеркивал, что наличие гигиенических факторов не гарантирует удовлетворения от работы. Он выделил такие направления работы, которые касаются развития человека как личности. Это актуально сегодня. Также не теряют актуальности основные положения теории Ф. Тейлора о рациональности приемов работы, необходимости обучения персонала, взаимосвязи оплаты труда и результатов. Использовать разнообразные методы мотивации необходимо с учетом отрасли, страны, возраста, пола, образования, статуса и т. п. Менеджерам необходимо просто узнать своих сотрудников, которые хотят ощущать, что они нужны другим. Это не разовое мероприятие, а постоянная работа менеджера, понимание того, что твоя работа влияет на жизнь многих людей, что руководитель знает твои проблемы и сопереживает тебе, помогает решить проблему вовлеченности сотрудника. Задача руководителя – помочь сотрудникам увидеть, почему их работа для кого-то важна, какой вклад они вносят в жизнь организации и общества в целом.

Человек ощущает удовлетворение от работы в зависимости от того, что он ценит и что доставляет ему удовлетворенность. Работник может получать большую заработную плату, но при этом страдать, ждать, когда закончится рабочий день. Вся проблема заключается в неудовлетворенности работой. Людей, не удовлетворенных своей работой, пожалуй, больше, чем удовлетворенных. На это есть как объективные (экономическая ситуация в стране), так и субъективные причины, которые кроются в непрофессионализме менеджмента организации.

Внедрение информационных технологий обостряет такие причины неудовлетворенности как обезличенность, ощущение ненужности, отсутствие четких критериев измерения результатов работы, что снижает мотивацию и является причиной увольнения специалистов. Незнание

причин, вызывающих неудовлетворенность работой, жизнью, приводит как к экономическим последствиям для организации (снижению производительности), так и к социальным (постоянное недовольство вызывает стресс у сотрудников, ухудшается их психологическое состояние). Результатом неудовлетворенности работой является высокая текучесть кадров, с которой сталкиваются многие организации. Выяснение причин увольнения позволяет обратить внимание на проблемы организации. Профессиональный менеджмент способен обеспечить такое управление удовлетворенностью, которое позволит предотвратить увольнения. Сотрудники, получающие удовольствие от работы, стараются сохранить ее. Для организации это означает снижение затрат на поиск, наем и удержание персонала.

В условиях цифровизации возрастает доля людей, для которых традиционная карьера не является жизненным путем. Все больше людей дистанцируются от организаций и обращаются к альтернативным моделям занятости. Молодежь больше ориентируется на самостоятельную занятость, предпринимательские возможности и свободные профессии. Они желают иметь свободу выбора в том, чем они занимаются, где и с кем работают, почему это делают. Молодежь не хочет ждать несколько лет, чтобы когда-то потом жить хорошо. Они хотят жить хорошо здесь и сейчас. Молодое поколение не мотивировано на длительные проекты. Сегодня это становится реальностью. Также это надо учитывать в процессе управления организацией. Благодаря внедрению в производство информационных технологий появляется возможность индивидуализировать под свой бюджет в соответствии со своими вкусами потребности, свободное время. Молодежь все меньше соглашается мириться с тем, что кто-то другой принимает за них решения. Постоянно необходимо помнить, что в работе с молодым и старшим поколением существует большая разница. Это проявляется и в отношении к работе, лояльности к компании и ее ценностям, планах развития и др. Молодое поколение амбициозно, хочет быстрого роста, а старшее поколение не хочет уступать свои позиции, так как оно опытнее и имеет ряд заслуг.

Цифровые технологии широко распространены. Большое число инноваций наблюдается в областях интеллектуальных разработок и информации. Искусственный интеллект уже не является мечтой, это реальность, которая отразится на жизни организаций. Прежде всего это отразится на сокращении затрат, так как появляется возможность снять рутинные однотипные этапы работы и освободить время для решения стратегических задач. Все функции, которые не требуют интеллектуальных усилий можно автоматизировать. Это приведет к изменению рынка труда, который пополнится за счет освободившихся работников. В ближайшие 15–20 лет многие рабочие профессии исчезнут. Искусственный интеллект заменит большое количество процессов в организации, направленных на взаимодействие с внешним миром. Самыми перспективными сферами применения искусственного интеллекта названы обслуживание клиентов (43%), клиентское сопровождение (логистика, система расчетов) 41%), управление связями с партнерами (41%) [3, с. 53]. Задачи управления информацией направлены на ускорение цикла продаж, увеличение узнаваемости бренда, повышения прибыли за счет сокращения расходов на подбор персонала, оптимизации системы логистики и т. п.

Организации, использующие искусственный интеллект, выигрывают за счет снижения стоимости продуктов, так как в первую очередь снижаются затраты на персонал. При умелом руководстве технологические преимущества позволяют освободить персонал для решения более сложных задач, если своевременно переобучить сотрудников. Ведь пока не все функции можно передать искусственному интеллекту, увеличится потребность в специализированных специалистах, обеспечивающих эффективность работы технологической базы. Нужны люди, которые будут его программировать, определять принципы, по которым будут приниматься решения. Полностью изменится процесс подбора и обучения персонала. Менеджер должен четко ставить задачу перед искусственным интеллектом, а это требует обширных знаний из многих областей. Также ему необходимо уметь определять задачи и действия организации, которые можно автоматизировать. Это является самым главным навыком для успеха организации.

В нашей стране большинство организаций будет осуществлять цифровизацию эволюционным путем. Будет полезно изучение опыта таких компаний как Google, LinkedIn, Facebook, Amazon, которые изначально были цифровыми. Цифровая трансформация требует инвестиций не только денежных, но и кадровых. Процесс перехода является длительным. Любые изменения затрагивают процессы, технологию, людей и культуру. Отсутствие мотивации сотрудников к изменениям – естественный процесс, так как любые изменения являются выходом из зоны комфорта. Важно разъяснить сотрудникам смысл этих изменений, в чем их преимущества, помочь осознать их необходимость и важность, внедрить новые системы мотивации, разработать новые критерии оценки результатов. Способность вовремя измениться является одним из опре-

деляющих факторов не только успеха и развития, но и выживания компаний. Если внедрять трансформацию как дань моде, не осознав, какие цели будут достигнуты, какую пользу она принесет, то эти усилия будут напрасными.

Список использованной литературы

1. **Менеджмент XXI в.** / под ред. С. Чоудхари. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 448 с.
2. **Салмон, Р.** Будущее менеджмента / Р. Салмон ; под ред. Е. В. Минеевой. – СПб. : Питер, 2004. – 298 с.
3. **Бизнес** прирастает искусственным интеллектом // Упр. персоналом. – 2017. – № 24. – С. 53.

УДК 339.972:336.711

М. Л. Зеленкевич (finance@e-edu.by),
канд. экон. наук, доцент

Государственный институт управления
и социальных технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УСЛОВИЙ СОГЛАСОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНАЛЬНОМ СОЮЗЕ

В предложенной статье рассматриваются макроэкономические условия, которые определяют процесс согласования денежно-кредитной политики в региональном союзе (на примере Евразийского экономического союза), их общие черты для стран региона, проблемы и направления развития, анализируются каналы трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики, институциональные особенности ее реализации, нормативно-правовые основы согласования денежно-кредитной политики на национальном и региональном уровнях.

The proposed article addresses the macroeconomic conditions that determine the process of harmonization and coordination of monetary policy in the regional Union (as exemplified by the Eurasian Economic Union), their commonalities for the countries of the region, the challenges and the direction of development, the channels of the transmission monetary policy mechanism, the institutional features of its implementation, the legal framework for the harmonization of monetary policies at the national and regional levels are analysed.

Ключевые слова: интеграция; региональное объединение; Евразийский экономический союз; денежно-кредитная политика; согласование денежно-кредитной политики; трансмиссионный механизм; ставка рефинансирования; инфляция; финансовый рынок.

Key words: integration; regional union; Eurasian Economic Union; monetary policy; monetary policy harmonization; transmission monetary policy mechanism; refinancing rate; inflation; financial market.

Интеграционное взаимодействие государств в денежно-кредитной сфере отражает их национальные особенности. С одной стороны, состояние денежно-кредитной сферы отражает происходящие социально-экономические изменения в стране и имеет национальную специфику. С другой стороны, состояние денежно-кредитной сферы оказывает обратное воздействие на показатели развития национальной экономики, достижение стратегических целей экономического развития страны.

Достаточно опасным представляется необоснованное ускорение и углубление интеграции в данной сфере как результат политической воли интегрирующихся субъектов. Если интеграция не определяется экономической целесообразностью, то политические решения не дадут ожидаемого эффекта интеграции с точки зрения достижения финансовой стабильности и экономического роста стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС). По этой причине процесс согласования и координации денежно-кредитной политики (ДКП) государств-участников ЕАЭС ориентирован на долгосрочный период. Это длительный процесс, требующий согласования как юридических терминов и конструкций, касающихся монетарной сферы экономик стран ЕАЭС, так и политических и экономических вопросов.

Для формирования и реализации согласованной ДКП необходимо наличие устойчивых интеграционных связей в экономике как основы интеграции в финансовой сфере. В настоящее время постепенно формируются условия и предпосылки координации ДКП государств-участников евразийской интеграции, что делает возможным развитие данного направления.

Государства, входящие в ЕАЭС, имеют ряд общих макроэкономических условий, которые могут служить основой для согласования и координации ДКП. Также к ним относится характер

трансмиссионного механизма ДКП. Во-первых, во всех странах-членах ЕАЭС наибольшим эффектом с точки зрения воздействия ДКП на реальный сектор обладает канал инфляционных ожиданий. В связи с этим условием согласования и координации ДКП в рамках развития интеграционного процесса является определение конечной цели ДКП. Центральные банки Армении, Казахстана и России перешли в данном направлении на режим таргетирования инфляции. Беларусь применяет режим монетарного таргетирования, рассматривая его в качестве подготовительного этапа к переходу на режим инфляционного таргетирования по мере создания необходимых условий. Целью ДКП в Кыргызстане является снижение инфляции, а переход к инфляционному таргетированию планируется в среднесрочной перспективе. В таблице 1 приведены данные о динамике инфляции в странах ЕАЭС.

Таблица 1 – Уровень инфляции государств-членов ЕАЭС в 2012–2016 гг., %

Годы	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия
2012	–	159,2	105,1	–	105,1
2013	–	118,3	105,8	–	106,8
2014	–	118,1	106,7	–	107,8
2015	105,1	115,4	105,2	108,2	116,0
2016	101,2	106,3	107,5	103,8	105,3
Примечание – Источник [1].					

По данным таблицы 1 в 2016 г. самый высокий показатель инфляции (7,5%) был в Казахстане, самый низкий в Армении – 1,3%. В целом по группе стран ЕАЭС отмечается некоторое снижение данного показателя по странам и сближение показателя в целом по ЕАЭС.

Во-вторых, трансмиссионный механизм ДКП, основанный на ключевой процентной ставке центрального банка, не сформировался до уровня развитых стран. В странах ЕАЭС совокупный спрос незначительно реагирует на изменение процентного канала, прежде всего, из-за низкого уровня следующих показателей: монетизации экономики (отношения денежного агрегата М2 к валовому внутреннему продукту) и степени развития финансового рынка.

Низкий уровень монетизации экономики отмечается во всех странах-членах ЕАЭС. В 2015 г. в России этот показатель составлял 44%, в Казахстане – 21, в Беларуси – 10, в Кыргызстане – 19, в Армении – 17% [2]. В странах Европейского союза данный показатель приближается к 100%, в Китае и быстроразвивающихся странах Азии – выше 100% [3].

В государствах-членах ЕАЭС наблюдается активность и положительная динамика кредитного капитала трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика объема кредитов, предоставленных юридическим и физическим лицам, в странах ЕАЭС, %

Страна	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
<i>Динамика объема кредитов, предоставленных юридическим лицам</i>					
Армения	100	111	125	121	121
Беларусь	100	163	176	199	230
Казахстан	100	120	127	167	153
Кыргызстан	100	118	189	254	244
Россия	100	106	127	136	120
<i>Динамика объема кредитов, предоставленных физическим лицам</i>					
Армения	100	129	136	150	134
Беларусь	100	119	182	185	166
Казахстан	100	151	226	259	206
Кыргызстан	100	126	161	206	258
Россия	100	133	161	159	108
Примечание – Источник [2].					

Можно также констатировать в большинстве стран ЕАЭС слабость действия канала цен активов в трансмиссионном механизме ДКП в связи с тем, что национальные финансовые рынки слабо развиты.

Кроме общих тенденций в реализации трансмиссионного механизма ДКП стран ЕАЭС можно констатировать идентичность применяемых инструментов ДКП, которые отражены по следующим направлениям:

- Механизмы рефинансирования, применяемые центральными банками стран ЕАЭС, близки, но в зависимости от уровня развития национального финансового рынка, структуры банковской системы есть некоторые различия по набору применяемых методов и инструментов предоставления ликвидности, подходам к обеспечению централизованных кредитов, использованию специализированных механизмов рефинансирования. В Казахстане и России действует программа рефинансирования ипотечных жилищных займов, системы рефинансирования России и Казахстана примерно идентичны. Доля централизованных кредитов в структуре ресурсов банков Армении и Казахстана невысока, они используются лишь для регулирования краткосрочной ликвидности.

- Анализ динамики процентных ставок, применяемых центральными банками при рефинансировании в странах ЕАЭС за 2012–2016 гг., позволяет сделать вывод о наблюдающейся тенденции к стабилизации и снижению применяемых ставок (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика ставок рефинансирования в странах ЕАЭС за 2010–2016 гг. (на конец года), %

Годы	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия
2010	7,25	10,50	7,00	5,50	7,75
2011	8,00	45,00	7,50	13,61	8,00 (5,25)
2012	8,00	30,00	5,50	2,64	8,25 (5,50)
2013	7,75	23,50	5,50	4,17	8,25 (5,50)
2014	8,50	20,00	5,50	10,50	8,25 (17,00)
2015	8,75	25,00	5,50	10,00	8,25 (11,00)
2016	6,25	18	10,25	5,0	8,25 (15)
Примечание – Источник [4].					

- Все страны ЕАЭС используют обязательные резервные требования. В Армении высокие нормы резервирования (как результат проведения политики «дорогих денег»), установленные Центральным банком Республики Армения, применяются практически на протяжении всего периода использования режима таргетирования инфляции. В Беларуси также отмечается достаточно активное изменение норм обязательных резервов (в 2015 г. Национальный банк Республики Беларусь отказался от нулевых значений нормы по привлеченным средствам физических лиц в национальной валюте и установил единые нормы по всем видам привлеченных банками ресурсов). В 2015 г. Национальным банком Казахстана внедрена детальная структура резервных обязательств путем разделения обязательств по видам валют (национальная и иностранная валюта) с сохранением принципа резидентства и срочности. Аналогичный порядок резервирования применяется в Кыргызстане. Банк России до марта 2016 г. практически не использовал данный инструмент денежно-кредитного регулирования. В настоящее время нормативы обязательного резервирования также дифференцированы по принципу резидентства, вида валюты обязательства и владельца счета (наиболее высокими являются ставки в размере 7% по обязательствам кредитных организаций перед юридическими лицами-нерезидентами и иным обязательствам кредитных организаций в иностранной валюте) [5].

К условиям и предпосылкам согласования национальных ДКП относятся также институциональные изменения в денежно-кредитной и финансовой системах стран ЕАЭС. Институциональной основой согласования и координации денежно-кредитной и финансовой политик является имманентно присущее любой экономической системе взаимодействие институтов, базирующихся на денежных и производных от них отношениях. Например, Центральный банк Республики Армения отмечает, что координация денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики является важным аспектом разработки и реализации ДКП. При этом «Соглашение о принципах сотрудничества между Центральным банком Республики Армения и Министерством финансов Республики Армения» служит основой для координации их политики в процессе подготовки, корректировки и реализации среднесрочных, ежемесячных, ежеквартальных и

ежегодных программ. Центральный банк Республики Армения разрабатывает экономические и финансовые проекты в сотрудничестве с правительством и поддерживает их достижение, если они не противоречат его цели. Таким же образом организована работа в других странах ЕАЭС.

Важным для развития интеграционного процесса является согласование денежно-кредитной и валютной политики, прежде всего, курсовой. Это объясняется наличием в странах ЕАЭС проблемы долларизации экономики и высокой зависимостью инфляционных процессов от динамики курсов национальных валют, что также является общим и может рассматриваться как одно из направлений согласованных действий стран ЕАЭС.

К условиям эффективного согласования национальных ДКП стран ЕАЭС можно отнести также активную и ведущую роль России в данном процессе, поскольку экономика России по объективным причинам воздействует на экономики стран ЕАЭС. Экономический кризис в России 2014–2015 гг., связанный с санкциями, выявил тесную зависимость экономик стран евразийского пространства от волатильности, в частности, на валютном рынке России. Для всех союзных государств более значимым, чем внутренние денежно-кредитные механизмы, является внешний канал воздействия на экономику – состояние российской экономики. Происходящие в российской экономике изменения с некоторым временным интервалом находят отражение в экономиках и финансах других государств ЕАЭС и не могут игнорироваться при формировании национальных ДКП. С другой стороны, данное обстоятельство ведет к необходимости признания ответственности Банка России при формировании национальной ДКП не только за процессы в российской экономике, но и в экономиках государств-членов ЕАЭС, для которых финансовая стабильность и экономический рост в России являются ключевыми предпосылками формирования внутренних денежно-кредитных механизмов для обеспечения собственной финансовой стабильности и экономического роста.

Согласование ДКП базируется также на нормативно-правовых условиях, которые нуждаются в совершенствовании. В Договоре о ЕАЭС отсутствует положение о целях, принципах, направлениях и механизмах интеграционного взаимодействия государств-членов ЕАЭС по согласованию национальных ДКП, в отличие от прописанных в Договоре целей, принципов и мер валютной политики. Важность согласования данной сферы определяется тем, что к основному макроэкономическому показателю, определяющему устойчивость экономического развития, отнесен показатель инфляции в годовом выражении, который не должен превышать более чем на пять процентных пунктов уровень инфляции в государстве-члене, в котором этот показатель имеет наименьшее значение. Именно методы и инструменты ДКП поддерживают уровень инфляции на требуемом уровне.

Таким образом, анализ состояния интеграционного взаимодействия государств-членов ЕАЭС по согласованию ДКП позволяет констатировать, что по большинству параметров в данной области центральные банки стран ЕАЭС реализуют политику в рамках общих условий и имеют возможности для углубления процесса согласования национальных ДКП в интересах обеспечения финансовой стабильности, экономического роста и эффективного развития интеграционного процесса в регионе и в каждой стране.

В целях повышения интеграционного взаимодействия по линии согласования национальных ДКП государств-участников ЕАЭС целесообразно на национальном уровне предложить следующие направления развития:

- Обеспечить максимально возможную идентичность измерения целевых ориентиров по инфляции, в частности, индекса потребительских цен, который определяется путем сопоставления текущих и прошлых цен так называемой потребительской корзины, а набор товаров в этой корзине различается по странам. Например, в Казахстане индекс потребительских цен не включает платные услуги.

- Постепенно наращивать денежную массу в целях повышения уровня монетизации национальных экономик стран ЕАЭС при условии использования дополнительных денежных ресурсов для прямых инвестиций в реальный сектор экономики. При этом для нейтрализации усиления денежного фактора инфляции необходимо обеспечивать жесткий контроль за целевым характером использования денежных средств непосредственно в сфере производства, а не потребления.

- Совершенствовать трансмиссионный механизм ДКП, в частности, активизировать его процентный канал и канал цен на активы с тем, чтобы меры ДКП транслировались через определенный интервал на макроэкономические показатели экономического роста. Развитость инструментов рефинансирования определяет уровень рыночных процентных ставок. В кризисные

периоды развития экономики роль рефинансирования в формировании кредитно-инвестиционного потенциала банковской сферы усиливается. В условиях существующих процентных ставок кредиты центрального банка, выдаваемые коммерческим банкам в процессе рефинансирования, в большинстве случаев во всех странах ЕАЭС влияют скорее на краткосрочную ликвидность банковского сектора, а не на инвестиционную составляющую экономического роста.

- Расширить участие центральных банков стран ЕАЭС и национальных банков развития в формировании базы долгосрочных активов в интересах развития реального сектора национальных экономик, испытывающих острый дефицит средне- и долгосрочных ресурсов, прежде всего в виде банковских инвестиций.

- Обеспечить на национальном уровне взаимодействие ДКП с финансовой, валютной и структурной политикой государства.

- Продолжить работу по формированию современной правовой основы функционирования субъектов национального и регионального финансового рынка.

- Расширить информационную открытость деятельности центральных банков стран ЕАЭС, что позволяет сформировать и повысить доверие к их действиям со стороны бизнеса и населения. Это является необходимым условием повышения эффективности национальных ДКП и согласования их в регионе.

Список использованной литературы

1. **Мониторинг** макроэкономических показателей / Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/monitoring/%B5%208.pdf. – Дата доступа : 25.08.2017.

2. **Денежное** обращение и кредитование : стат. бюл. / Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/Documents/Brief?Statistics?Yearbook_2016.pdf. – Дата доступа : 07.05.2017.

3. **Денежно-кредитная** политика России: новые вызовы и перспективы ; под ред. М. А. Эскиндарова. – М. : Русайнс, 2016. – 120 с.

4. **Аганбегян, А. Г.** Новая модель экономического роста России / А. Г. Аганбегян // Управленческое консультирование. – 2016. – № 1 (85). – С. 31–46.

5. **Абрамова, М. А.** Проблемы координации национальных денежно-кредитных политик стран ЕАЭС / М. А. Абрамова // Деньги и кредит. – 2016. – № 12. – С. 27–33.

УДК 331.2

Л. М. Злотникова (lidia_zlotnikova@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ЦЕННОСТЬ ТРУДА В КОНТЕКСТЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ

Проблемы ценности труда в условиях трансформации общественных отношений приобретают новое теоретическое и эмпирическое наполнение. В течение нескольких десятилетий методология формирования заработной платы как формы выражения цены труда определялась государством. Современная система заработной платы функционирует на основе разрядно-квалификационной структуры. Либеральная экономическая теория провозглашает наличие прямой зависимости заработной платы от цены товара или услуги.

The problems of the value of labor in the conditions of transformation of social relations acquire a new theoretical and empirical content. For several decades, the methodology of the formation of wages, as a form of expression of the price of labor, was determined by the state. The modern system of wages functions on the basis of the discharge-qualification structure. The liberal economic theory proclaims the existence of direct dependence of wages on the price of a good or service.

Ключевые слова: трансформация; труд; ценность; заработная плата.

Key words: transformation; labor; value; wages.

Переход к новой системе экономических и социальных ценностей актуализирует проблемы формирования соответствующей методологии стоимости труда. Многие могут не согласиться с данным утверждением, обращая внимание на основные принципы существующей экономической науки. Формирование экономической науки происходило на этапе перехода от феодальных производственных отношений к капиталистическим. Необходимо отметить, что в основе любых производственных преобразований лежит изменение роли и места человека. Несмотря на то, что в системе факторов производства труд обозначен как один из трех факторов, именно человек является источником труда. Если нет человека, его желания, навыков, мотивов, то не будет и труда.

В условиях феодального производства объективно преобладало натуральное производство. В эмпирическом плане стоимость трудовых усилий и потраченного времени находились в полной зависимости от результатов реализации товара. Неразделенность базовых компонентов производства носила очевидный характер. Наличие капитала, земли и труда были базовыми ценностями, использование которых позволяло получить товар, пользующийся спросом на рынке. Важнейшей особенностью производства в условиях слабого товарного производства необходимо считать временной интервал между созданием товара и его реализацией. Сложно представить, чтобы производящий кареты, колеса и т. д. имел складские помещения. Ограниченность ресурсов, включая труд человека и его универсальный характер, на определенном этапе развития оказалась своеобразным тормозом в увеличении объемов производства, соответственно доходов и прибыли. Работа А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов» оценивается как соответствующее запросам времени практическое руководство к новым принципам организации производства [1]. Получение высоких доходов и прибыли, необходимой для расширения производства, становится проблематичным. Поиск новых методов организации практической деятельности приобретает в буквальном смысле колоссальное значение. Значительную часть названной работы А. Смит посвятил обоснованию узкой специализации и дифференциации труда [1]. В определенной степени уход от универсальной производственной ответственности носил закономерный характер. В конце XVIII – начале XIX вв. осуществляется радикальная трансформация материальных факторов производства. Появляются уникальные машины и механизмы, позволяющие не только значительно увеличить объемы производства, но использовать более дешевый труд. Теоретически обоснованный А. Смитом «частичный человек» приобретает эмпирическую форму. Количество производственных операций максимально ограничивается. Человек становится своеобразным, по выражению К. Маркса, «придатком машин и механизмов». Суть его производственной функции сводится к простому нажатию «кнопок», «педалей» и т. д.

Методология А. Смита – это, пожалуй, единственный случай в экономической теории, когда, во-первых, высокий уровень абстракции приобретает реальные формы, во-вторых, становится символом новой экономической трансформации последующего функционирования производства. В течение нескольких столетий основное внимание производители уделяли и продолжают уделять узкой специализации. К началу XXI в. человечество подошло с диверсификацией методологии «частичного человека» в сфере науки, образования и здравоохранения. Важнейшие общественные институты по формированию человека, поддержания его трудоспособной жизнедеятельности превратились в «услугу» материального производства.

Предложенная на территории бывшего СССР трансформация социально-экономических отношений акцентировала внимание на методологии «личного интереса», идеализируя его экономическое значение. В некоторой степени внедряемая методология базировалась на упрощенном толковании объективных экономических законов. Любой вид деятельности тесно связан с господствующей в обществе системой ценностей, местом и ролью семьи в социализации человека. Отношение человека к выполнению производственной функции неотделимо от традиций, вероисповедания, роли государства и т. д. В силу ограниченности предложенного формата сложно провести анализ влияния условий жизнедеятельности на социально-профессиональный статус. Общеизвестен тот факт, что личный эгоизм на протяжении истории существования славянской цивилизации постоянно подвергался осуждению. Соборность, коллективная ответственность всегда определяли поведение каждого человека. Славянская поведенческая парадигма очень четко выражена в теории свободы и эффективности В. Парето, основным принципом которой является неукоснительное и последовательное соблюдение условий жизнедеятельности других. Эмпирический анализ материальных ценностей, проделанный В. Парето, убедительно доказал наличие их неоднородного распределения. При интерпретации мыслей ученого следует обратить внимание на существование теоретически необоснованных

различий в оплате труда (формировании личного дохода человека) по сферам производства, видам занятости, реальным затратам физической и умственной энергии. Сложно согласиться с методологией формирования цены труда на основе спроса и предложения произведенного товара в материальной форме.

Источником труда всегда был и будет человек. Для поддержания трудоспособности ему необходим определенный набор товаров, услуг, условий жизнедеятельности, получение профессионального образования, поддержание здоровья и собственного воспроизводства. Эти затраты коренным образом отличаются от того, что требуется для приобретения материальных и капитальных факторов производства. В XX в. предпринимались неоднократные попытки по разработке и внедрению различных систем оплаты труда. Все они базировались на стимулировании ответственности производителя за полученный конечный результат и сокращении затрат собственника. Многие десятилетия бесменным остается использование сдельной, повременной заработной платы. Разрабатывались различные модификации, но суть оставалась прежней, ее использование невозможно в условиях отсутствия четких количественных измерителей. Труд теоретически подразделяется на умственный и физический. Стереотипы в реализации упрощенной методологии ценности труда в условиях объективной интеллектуальной трансформации материального производства сдерживают теоретическое и практическое обоснование его подлинной сути.

Трансформация в современной лексике трактуется очень узко, основное внимание акцентируется на преобразованиях социально-политической системы. Анализ исторического развития цивилизации позволяет сделать вывод о том, что трансформационные процессы носят объективный характер, постоянно меняются отношения собственности, социальная и политическая организация общества. С середины XIX в. важнейшим механизмом общественных изменений становится процесс технико-технологических изменений, преобразования профессионально-квалификационной структуры занятости порождают проблемы ценности трудовых затрат. С одной стороны, уменьшается удельный вес физического труда, а с другой – постоянно растет использование умственного труда. Изменение пропорций между разными потенциалами человека выявляют противоречия между конкретным и абстрактным трудом. Очевидно, что в период формирования классической методологии ценности факторов производства, отождествление конкретного и абстрактного труда не влекло за собой негативных проявлений. Набор товаров, трудовых функций, временных затрат не отличался разнообразием. В соответствии с теорией маржинализма, производство редких, уникальных товаров носило крайне ограниченный характер. Поэтому использование критериев количественного производства и временных затрат оказалось широко распространено. А. Смит, К. Маркс, анализируя действующие системы оплаты труда, подробно описывали расчеты затрат на производство металлических деталей. Система оценки трудовых затрат, появившаяся и теоретически обоснованная на заре формирования товарного производства, оказалась настолько живучей, что до настоящего времени, не воспринимается как системная проблема.

Использование действующей системы оплаты труда представляет собой основной источник получения высокой прибыли в интересах владельцев не только реального, но и фиктивного капитала. Распространение последнего в годы реформ приобрело в буквальном смысле слова угрожающий характер. Его регулирование в течение нескольких десятилетий стало основной целью государства и контролируемой им банковской системы. В угоду теоретически необоснованной значимости равенства на рынке денег, цен товаров и услуг искусственно поддерживается низкий уровень оплаты умственного труда. Социальные проблемы человека оказываются за пределами экономического интереса государства. С учетом особого места и роли человеческих качеств на современном этапе развития цивилизации труд должен оказаться в центре внимания трансформации. Социальная экономика может заменить абстрактную экономическую теорию и практику. Интересы человека, семьи, трудового коллектива должны стать основной целью развития общества и функционирования государства. Не мифические золотовалютные запасы, а положение человека, уровень его жизни, состояние трудоспособного потенциала являются реальными достижениями государственной политики.

Возвращение государства к истинным ценностям жизни влечет за собой необходимость кардинального изменения отношения к постулатам рыночной экономики. Сегодня становится все более очевидной несостоятельность абстрактного рынка, его неспособность создавать условия для решения вопросов улучшения жизни человека. Предыстория, которая, по мнению К. Маркса, создает базу для подлинной истории человека, слишком затянулась. Расширенное воспроизводство материального богатства влечет за собой не только сохранение, но и жесто-

чение неравенства между богатыми и бедными, порождая все новые проблемы существования цивилизации. Необходимо признать, что многократные и постоянные попытки создать одну глобальную мировую экономику демонстрируют большое количество провалов по различным причинам. На первое место, на наш взгляд, претендует гуманитарно-научный поиск новой архитектуры общественных достижений. Ее стержневыми звеньями должны стать не унифицированные (универсальные), а национальные условия функционирования производства. С конца XX в. предпринимаются усилия по выравниванию доходов. С 1992 г. под эгидой Организации Объединенных Наций в мировой системе проводится систематический мониторинг изменений в человеческом факторе. Однако сбор количественной информации по различным аспектам условий жизнедеятельности человека по-прежнему не дает ответа на вопрос об эффективности используемых систем оплаты труда, оценки его подлинной ценности и роли в развитии человека. Усугубляется социально-экономическое неравенство еще и тем, что основным измерителем результативности экономики во многих странах стал доллар США. Спекулятивные операции на финансовых рынках все чаще выступают основной причиной падения реальных доходов.

В условиях теоретически необоснованной диверсификации власти доллара США обостряется противоречие между затратами труда и его стоимостью. Оплата труда оказалась в полной корреляционной зависимости от курса национальной валюты. Биржевые сделки на валютном рынке стали самым мощным регулятором заработной платы. Усиливаются противоречия в теории и практике формирования адекватной оплаты труда еще и тем, что валютные резервы создаются и поддерживаются в долларах США. Доля валового внутреннего продукта США в мировой экономике не превышает 20%. Именно доллар используется в качестве единственного объективного критерия эффективности национальной экономики. Теоретически все факторы производства имеют равное значение и оказывают равное влияние на конечный результат производственной деятельности.

В реальности материальные компоненты производства создаются и эксплуатируются человеком. В отличие от материально-вещественной компоненты для воспроизводства труда человека требуется более широкий и ежедневный набор разнообразных товаров и услуг. Любой станок может быть включен и выключен строго по требованиям технологического процесса. Включенность человека в процесс создания товара, к сожалению, не происходит автоматически, находится в полной зависимости от эмоционального, нравственного и многих других состояний человека. Поддержание их на требуемом уровне возможно только в условиях серьезных и продолжительных затрат. В годы проводимой трансформации социальная компонента, включающая человеческие качества, была переведена в ранг личной ответственности и частных затрат. При этом нет ни одного доказательства их второстепенности или ненужности в производственной деятельности. Общественное смирение с тем, что производительность – это только результат использования определенного набора профессиональных навыков, привела в системе образования к уничтожению гуманитарной компоненты. Практика убедительно доказывает огромное влияние социальной компоненты на эффективность, повышает производительность личного и общественного труда. Кроме образования бесспорное влияние на затраты и выгоду для всех оказывает состояние физического, психического и морального здоровья. Последние в соответствии с классической теорией ничего не стоят. Они никогда не были предметом экономической науки. Гипотетически многочисленные нарушения технологии, стандартов, ухудшение качества продукции приводят не только к снижению общественной эффективности, но и формируют новую структуру ценностей. Стремление к получению сиюминутной выгоды, к сожалению, сопровождается укреплением латентной системы торможения дальнейшего развития.

В такой ситуации закономерным является вопрос о влиянии нравственной компоненты, как важнейшей составляющей социализации человека не только на конечный результат, но и величину оплаты труда. Производители и государство редко задаются вопросом о необходимости серьезного финансирования затрат, не имеющих материальной формы. Обозначив современный этап развития, как эпоху интеграции науки и общественного производства, наука, образование, культура оказались на голодном пайке. К обозначенным отраслям стали предъявлять требования материального производства, требуя коммерческую отдачу. Для этого широко используется следующий способ сокращения затрат: постоянное снижение оплаты труда, полное игнорирование затрат на процессы социализации. А. Печчеи в работе «Человеческие качества» утверждает, что в сущности именно человеческие качества являются важнейшим ресурсом человечества, сравнимым разве что с тем теплом, той энергией, которую так щедро посылает нам солнце. Научиться использовать их для блага всех вместе и каждого в отдельности – вот

тот новый рубеж, который предстоит преодолеть нашему поколению [2, с. 3]. Сложно не согласиться с ученым в том, что постижение происходящих событий возможно только в условиях моделирования перспективы цивилизационного развития.

Любую проблему в экономической сфере можно рассматривать с учетом трех важнейших позиций. Во-первых, это проведение систематического анализа процесса или явления. Во-вторых, разработка и достижение определенного нормативного состояния. В-третьих, формулировка теоретически и практически обоснованных рекомендаций по совершенствованию. Экономические знания в настоящее время оказались заложником в противоречивом положении. С одной стороны, они обязаны обеспечить разработку теории повышения эффективности общественного производства. С другой стороны, они оказались заложником утилитарной практической эффективности. Усложнение экономических отношений закономерно требует переориентации экономической науки с обоснования всеобщих рыночных отношений на реальные процессы. Даже небольшой анализ происходящих социальных и экономических процессов убедительно доказывает, что механизмы стихийного регулирования перестали действовать. Государство давно стало активным коммерческим субъектом. Любые попытки обратить внимание на углубленное изучение государства наталкиваются на непонимание экономистов.

В сфере формирования заработной платы роль государства имеет непреходящее значение [3]. Социальная организация общества характеризуется многочисленными недугами и противоречиями. Большинство из них находит выражение в действующей методологии формирования заработной платы. Научно-техническая революция практически не подлежит регулированию. Достижения в науке и процесс их внедрения в производство носят непредсказуемый характер. Во многих случаях попытки государства модернизировать производство завершаются полным провалом. Основной причиной таких последствий, на наш взгляд, является несоответствие доходов населения и стоимости произведенной продукции. В начале XX в. противоречие между целями производителя и возможностями потребителя Г. Форд предложил решить практическим путем. Именно он повысил заработную плату работающих на предприятии почти на порядок и на все критические замечания отвечал следующим образом: низкая заработная плата, не позволяющая приобретать товары, представляет собой единственную систему торможения производства [4]. Не углубляясь в противоречия между макро- и микроэкономикой, необходимо отметить тот факт, что государственная экономическая политика в настоящее время сфокусирована на регулировании макроэкономических тождеств. Заработная плата в этих тождествах выступает одним из элементов равенства. Упрощенное толкование ценности труда влечет за собой игнорирование затрат на воспроизводство трудового потенциала, формирование системы социализации человека и т. д. В эмпирической экономике принципиальное значение закреплено за очевидными результатами. Гипотетически необходимость моделирования последствий принимаемых решений в долгосрочном периоде, с учетом общественных затрат, не вызывает сомнений. Экономия на заработной плате теоретически влечет за собой сокращение материальной базы для производства, возникновение системных проблем воспроизводства трудового потенциала, его качественного содержания и способностей к обновлению.

Содержание цивилизации должно определяться реализацией адекватной теории ценности трудового потенциала, стимулирующей полноценную жизнь человека. Длительное сохранение жесткого деления людей на богатых и бедных, вне зависимости от реального вклада в производство, все активнее подталкивает человека к самоуничтожению и разрушению условий жизнедеятельности.

Список использованной литературы

1. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://e-libra.ru/read/179321-issledovanie-o-prirode-i-prichinax-bogatstva-narodov.html>. – Дата доступа : 13.07.2017.
2. Печчеи, А. Человеческие качества / А. Печчеи. – М. : Прогресс, 1980. – 302 с.
3. Кейнс, Д. Общая теория занятости, процента и денег / Д. Кейнс. – М., 1999. – 352 с.
4. Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.yandex.by/yandsearch?clid=9582&text=>. – Дата доступа : 10.06.2017.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

Статья посвящена актуальной проблеме подготовки специалистов экономического профиля в учреждениях высшего образования Республики Таджикистан. Опрос, проведенный среди студентов, выпускников, профессорско-преподавательского состава и представителей бизнес-структур, выявил ключевые компетенции, которые необходимо формировать у студентов-экономистов в процессе их обучения в учреждении высшего образования. Формирование компетенций у студентов экономического профиля следует рассматривать как процесс освоения ими необходимых знаний и навыков, приобретения способностей к самоопределению и саморазвитию.

The article is dedicated to the issues of training of economics specialists in the institutions of higher education of the Republic of Tajikistan. The conducted survey among students, graduates, faculty and representatives of business identified the key competencies that have to be formed among students-economists in the process of their education in the institutions of higher education. Formation of students' competences, the author believes, should be considered as a process of obtaining them the necessary knowledge and professional skills, acquiring abilities for self-determination and self-development.

Ключевые слова: учреждения высшего образования; выпускники; экономисты; компетенции; трудоустройство.

Key words: institutions of higher education; graduates; economists; competence; employment.

В условиях рыночных отношений специалист выступает в качестве особого «товара», предоставляемого на рынок труда, численность и качественные характеристики которого должны отвечать современным требованиям.

Учитывая, что Республика Таджикистан относится к числу трудоизбыточных регионов, характеристики выпускаемых учреждениями высшего образования республики специалистов должны отвечать требованиям не только национального, но и внешнего рынка труда. Также это относится к специальностям экономического профиля, по которым наблюдается превышение предложения над спросом на внутреннем рынке труда.

В сложившейся ситуации перед учреждениями высшего образования Республики Таджикистан, осуществляющими подготовку специалистов экономического профиля возникает дилемма, заключающаяся в выборе следующих направлений:

- сокращать прием студентов на специальностях экономического профиля с целью приведения его в соответствии с потребностью национального рынка труда;
- обеспечить конкурентоспособность выпускаемых специалистов экономического профиля не только на внутреннем, но и внешнем рынке труда (без сокращения их численности) посредством повышения качества образования и их компетентности в соответствии с требованиями международных стандартов.

Первое направление является легко достигаемым, поскольку не требует дополнительных затрат труда и средств на его осуществление. В условиях повышенного спроса на получение этих специальностей оно обусловлено следующими последствиями: сокращением численности преподавателей, ухудшением финансового положения учреждений высшего образования, снижением их конкурентоспособности и затруднением признания их дипломов на международном образовательном пространстве.

Наибольшие трудности вызывает второе направление (решение задачи по обеспечению конкурентоспособности выпускаемых специалистов экономического профиля). Она требует значительных дополнительных затрат труда и финансовых средств, направляемых на развитие и совершенствование материально-технической базы учреждений высшего образования, укрепление их кадрового потенциала, улучшение взаимодействия учреждений высшего образования и субъектов внутреннего и внешнего рынка труда.

Выбор второго направления в качестве основной образовательной стратегии, на наш взгляд, является наиболее перспективной. Несмотря на сложность реализации, она нацеливает учреждения высшего образования на повышение качества и усиление практической направленности образования, выявление и удовлетворение изменяющихся потребностей субъектов рынка труда в специалистах различного экономического профиля, на обеспечение своей конкурентоспособности на национальном и мировом рынке образовательных услуг [1].

С приобретением государственной независимости в Республике Таджикистан произошли значительные структурные изменения в экономике и социальной жизни. Эти изменения привели к возрастанию спроса на кадры экономического профиля. Резко возросло количество учреждений высшего образования экономического профиля, в реестре каждого появились экономические специальности. В настоящее время подготовкой кадров по экономическим специальностям в системе высшего профессионального образования Республики Таджикистан заняты девять учреждений высшего образования экономического профиля и более двадцати учреждений высшего образования неэкономического профиля.

В условиях нехватки бюджетных средств появление экономических специальностей в учреждениях высшего образования неэкономического профиля привело к увеличению числа студентов, обучающихся на договорной основе, что расширило возможность привлечения внебюджетных средств. В целях повышения своей конкурентоспособности учреждения высшего образования, занятые подготовкой кадров экономического профиля, были вынуждены адаптировать свои учебные планы и программы к потребностям рынка труда или открывать следующие специальности: налогообложение, банковское дело, таможенное дело и т. п.

Расширение перечня специальностей экономического профиля, а также рост числа студентов в них произошли в силу следующих обстоятельств:

- во первых, увеличение количества предприятий и фирм различных форм собственности, обусловленное переходом экономики Республики Таджикистан к рыночной экономике, сопровождалось ростом спроса на специалистов экономического профиля;
- во вторых, появление новых форм и методов хозяйствования в условиях рынка, расширение функций хозяйственных субъектов обусловили открытие новых специальностей экономического профиля в соответствии с потребностями субъектов рынка труда.

Произошедшие изменения привели к повышению доли приема студентов на экономические специальности учреждений высшего образования. Резкое повышение доли приема студентов на экономические специальности в общей численности от их приема в учреждения высшего образования наблюдается в 2003 и 2004 гг. Если значение данного показателя в 2000 г. составило 20,8%, то в 2003 г. оно достигло 46,5%, а в 2004 г. составило 45,3%. С 2010 г. наблюдаются колебания в приеме студентов на экономические специальности. За период с 2010 по 2016 гг. доля выпуска студентов экономических специальностей учреждений высшего образования республики сократилась на 11 пунктов, составила на конец 2015–2016 учебного года 29,8% (таблица).

Выпуск специалистов экономического профиля в учреждениях высшего образования Республики Таджикистан за 2010–2016 гг.

Специальности	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Все специальности	23 312	27 792	28 093	36 241	29 185	30 204	29 504
В том числе экономические специальности	9 562	11 479	8 991	9 015	7 770	8 914	8 809
Примечание – Источник [1].							

Имеющаяся официальная статистическая информация о приеме и выпуске студентов экономических специальностей показывает, что за последние годы темпы роста этих показателей сравнительно ниже темпов роста общей численности студентов. Причиной сложившейся ситуации явилось сокращение количества бюджетных мест, выделяемых на подготовку специалистов экономического профиля, а также сокращение плана приема студентов на заочную форму обучения согласно решению Министерства образования и науки Республики Таджикистан.

Потребность субъектов рынка труда в специалистах экономического профиля зависит от многочисленных факторов, среди которых можно выделить изменение количества рабочих мест, увеличение числа субъектов рыночной экономики, увеличение объема (или уменьшение) производства и услуг и т. п.

Степень удовлетворения потребности субъектов рынка труда специалистами экономического профиля определяется как отношение численности выпускаемых специалистов данного профиля к расчетному значению потребности рынка труда в этих специалистах.

Следует отметить, что официальная статистика не располагает данными о трудоустройстве выпускников учреждений высшего образования, обучающихся на договорной основе. Для

определения объема спроса рынка труда в специалистах экономического профиля была изучена структура объявлений о вакантных должностях, опубликованных в местных средствах массовой информации и на сайтах www.somon.tj и www.kor.tj. Из 2 000 объявлений, размещенных в этих источниках с 10 апреля по 25 июля 2014 г., 400 объявлений относились к специалистам экономического профиля. 260 (65%) объявлений приходилось на специалистов по бухгалтерскому учету и аудиту, 76 (19%) – на специалистов по маркетингу, 32% – на менеджеров, 28 (7%) – на торговых представителей и 1% – на других специалистов экономического профиля.

К числу основных требований, выдвигаемых работодателями к специалистам экономического профиля (согласно объявлению), относятся опыт работы по специальности не менее пяти лет, знание компьютерных технологий и специфических компьютерных программ, знание иностранного языка, умение работать в команде.

В целом, результаты анализа содержания объявлений на замещение вакантных должностей, опубликованных в средствах массовой информации и размещенных на вышеуказанных сайтах, позволили сформулировать следующие выводы:

- С расширением масштабов бизнеса и усилением контроля за использованием финансовых средств со стороны партнеров и государственных органов управления растет потребность в высококвалифицированных бухгалтерях со знанием компьютерных технологий.

- Повышенный спрос субъектов рынка труда на высококвалифицированных маркетологов не сопровождается ростом числа абитуриентов, поступающих на эту специальность. Это связано с тем, что данная специальность не приобрела должного престижа среди молодежи из-за отсутствия достаточной рекламы ее востребованности.

- Отсутствие объявлений на замещение вакантных должностей, требующих квалификации финансиста, связано с их перепроизводством, обусловленным устоявшейся тенденцией считать эту специальность одной из наиболее престижных [2].

Был проведен опрос студентов, выпускников, преподавателей учреждений высшего образования экономического профиля, работодателей. Было опрошено 50 представителей бизнес-структур (16,67%), 100 студентов старших курсов (33,33%), 50 выпускников учреждений высшего образования (16,67%), 100 преподавателей и специалистов учреждений высшего образования (33,33%).

Анкеты были разработаны с учетом особенностей различных групп. Был охвачен широкий круг вопросов, касающихся сложившейся ситуации во взаимоотношениях учреждений высшего образования и субъектов рынка труда, возможных форм и методов их взаимодействия, а также формирования необходимых компетенций у студентов экономического профиля. Из общего числа большинство респондентов (86%) отметило, что использование компетентного подхода к разработке учебных планов и программ учреждений высшего образования способствует сближению содержания образования к потребностям рынка труда.

Результаты ответов всех групп респондентов свидетельствуют о том, что наиболее важными компетенциями, которые необходимо формировать у студентов-экономистов в процессе их обучения в учреждении высшего образования, являются следующие:

- способность применять знания на практике;
- способность принимать решения;
- способность разрабатывать и внедрять стратегический, операционный и тактический бизнес-план;
- способность использовать информационные технологии для эффективного ведения бизнеса;
- лидерство, навыки финансового менеджмента, а также ответственность.

Таким образом, формирование компетенций у студентов экономического профиля следует рассматривать как процесс освоения ими необходимых знаний, навыков, умений, приобретения опыта в будущей профессиональной деятельности и способность к самоопределению, саморазвитию и творческой деятельности.

Список использованной литературы

1. **Образование** в Республике Таджикистан. 25 лет государственной независимости : стат. сб. // Агентство по статистике при Президенте Респ. Таджикистан. – 2016.
2. **Повышение** эффективности взаимодействия учреждений высшего образования Республики Таджикистан и субъектов рынка труда. – Душанбе, 2014. – 219 с.

АНАЛИЗ ТОВАРООБОРОТА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье раскрывается сущность и преимущества использования ABC-анализа, XYZ-анализа, VEN-анализа, FMR-анализа для повышения маркетинговой деятельности организации.

The article describes the essence and benefits of using ABC-analysis, XYZ-analysis, VEN-analysis, FMR-analysis to improve marketing of the organization.

Ключевые слова: товарооборот; ABC-анализ; XYZ-анализ; VEN-анализ; FMR-анализ; товарные запасы; маркетинговая деятельность.

Key words: turnover; ABC-analysis; XYZ-analysis; VEN-analysis; FMR-analysis; inventory; marketing activity.

Для ускорения процесса торговли и быстрого удовлетворения запросов клиентов на складе должен быть достаточный запас товара. Достаточным запасом должен быть обеспечен именно ходовой товар. Неликвидные товары держать экономически нецелесообразно. Для того, чтобы выбрать правильный товар, необходимо подвергнуть весь ассортимент компании тотальному анализу.

Для того, чтобы выбрать наиболее выгодное распределение розничного пространства, среди брендов проводят ABC-анализ сначала по товарным группам, потом внутри товарных групп.

ABC-анализ – метод, позволяющий классифицировать ресурсы фирмы по степени их важности. Этот анализ является одним из методов рационализации, может применяться в сфере деятельности любого предприятия. В его основе лежит следующий принцип Парето: 20% всех товаров дают 80% оборота.

ABC-анализ – анализ товарных запасов путем деления на следующие категории:

- категория А – наиболее ценные марки-лидеры (20% ассортимента дают 75–80% продаж);
- категория В – промежуточные (30% ассортимента дают до 15% продаж);
- категория С – наименее ценные (50% ассортимента дают 2–5% продаж).

В зависимости от целей анализа может быть выделено произвольное количество групп. Чаще всего выделяют 3, реже – 4–5 групп.

ABC-анализ – это ранжирование ассортимента по разным параметрам. Можно ранжировать поставщиков, складские запасы, покупателей, длительные периоды продаж – все, что имеет достаточное количество статистических данных. Результатом ABC-анализа является группировка объектов по степени влияния на общий результат [1].

ABC-анализ основывается на принципе дисбаланса. При проведении ABC-анализа строится график зависимости совокупного эффекта от количества элементов. Такой график называется кривой Парето, кривой Лоренца или ABC-кривой. По результатам анализа ассортиментные позиции ранжируются и группируются в зависимости от размера их вклада в совокупный эффект. В маркетинговой логистике ABC-анализ обычно применяют с целью отслеживания объемов отгрузки определенных артикулов и частоты обращений к той или иной позиции ассортимента, а также для ранжирования клиентов по количеству или объему сделанных ими заказов.

ABC-анализ проводится в следующем порядке:

- Определяется цель анализа.
- Определяются действия по итогам анализа.
- Выбирается объект анализа и параметр анализа. Обычно объектами ABC-анализа являются поставщики, товарные группы, товарные категории, товарные позиции. Каждый из этих объектов имеет разные параметры описания и измерения (объем продаж (в денежном или количественном выражении), доход (в денежном выражении), товарный запас, оборачиваемость и т. д.).
- Составляется рейтинговый список объектов по убыванию значения параметра.

- Рассчитывается доля параметра от общей суммы параметров с накопительным итогом. Доля с накопительным итогом рассчитывается путем прибавления параметра к сумме предыдущих параметров.

- Выделяются группы А, В и С, выбранным объектам присваиваются значения групп.

АВС-анализ широко используется при планировании и формировании ассортимента на различных уровнях гибких маркетинговых логистических систем, в производственных системах, системах снабжения и сбыта [2].

Совместно с АВС-анализом очень часто проводят XYZ-анализ, позволяя выделять более точные группы, относительно их свойств. XYZ-анализ позволяет произвести классификацию ресурсов компании в зависимости от характера их потребления и точности прогнозирования изменений в их потребности в течение определенного временного цикла. Алгоритм проведения состоит из следующих этапов:

- определение коэффициентов вариации для анализируемых ресурсов;
- сортировка ресурсов в соответствии с возрастанием коэффициента вариации;
- распределение по категориям X, Y, Z;
- графическое представление результатов анализа.

Категория X. Ресурсы характеризуются стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе и высокой точностью прогноза. Значение коэффициента вариации находится в интервале от 0 до 10%.

Категория Y. Ресурсы характеризуются известными тенденциями определения потребности в них (например, сезонными колебаниями) и средними возможностями их прогнозирования. Значение коэффициента вариации – от 10 до 25%.

Категория Z. Потребление ресурсов нерегулярно, какие-либо тенденции отсутствуют, точность прогнозирования невысокая. Значение коэффициента вариации – свыше 25%.

Реальное значение коэффициента вариации для разных групп может отличаться по следующим причинам:

- сезонность продаж;
- тренд;
- акции;
- дефицит и т. д.

Есть несколько разновидностей XYZ-анализа, например, анализ плановых и фактических данных. Данный анализ дает более точный процент отклонения от прогноза.

Также позволяет разделить всю имеющуюся ассортиментную матрицу на определенные группы, отличающиеся предсказуемостью спроса. Если с помощью АВС-анализа определяются наиболее продаваемые позиции, то XYZ-анализ позволяет отобразить равномерность распределения спроса.

XYZ-анализ – это отличный инструмент маркетолога для анализа динамики продаж, а также выявления проблемных зон в ассортиментной матрице с большим количеством ассортимента [3].

Данные, полученные с помощью XYZ-анализа, составляют основу проведения дальнейшей аналитики товарной группы.

Любой анализ, проводимый в компании, соответствует следующему алгоритму:

- полный список продаваемого ассортимента;
- объем продаж по каждой позиции;
- расчет коэффициента вариации;
- распределение по группам в зависимости от рассчитанного коэффициента;
- проведение совместного АВС-XYZ-анализа.

Существуют формы модификации АВС-анализа, а именно применение АВС-анализа совместно с FMR- и VEN-классификациями.

FMR-анализ (от англ. fastest medium rare – быстро, средне, медленно) – анализ товарного ассортимента по частоте обращений.

По частоте взятия ассортимент обычно разбивается на следующие группы:

- категория F – наиболее часто запрашиваемые товары (80% от общего количества);
- категория M – менее часто запрашиваемая категория продуктов (15% от обращений);
- категория R – редко запрашиваемая продукция (оставшиеся 5%).

FMR-анализ используется для размещения на складе, более «быстрые» (fast) позиции размещаются ближе к местам комплектации. По сути FMR-анализ – это ABC-анализ, в котором критерием анализа является частота обращения к товару, а не сумма. Процентное соотношение можно подобрать самостоятельно на основании статистики движения товара.

Такой метод можно применить и в мерчендайзинге при раскладке товаров, товарам с наибольшей частотой покупки отводится большее пространство.

Другим прикладным методом является анализ, основанный на VEN-классификации.

Данный вид анализа применяется, как правило, в фармакологической отрасли.

При VEN-анализе (от англ. vital essential non-essential – жизненно важные, необходимые, второстепенные) проводится сегментация ассортимента. Анализ осуществляется не по количественным, а по качественным характеристикам. Применяется совместно с ABC-анализом.

VEN-анализ проводится параллельно с ABC-анализом и позволяет определить приоритетные лекарственные препараты в соответствии с международной практикой их деления на жизненно важные (vital или V), необходимые (essential или E) и второстепенные (non-essential или N).

По результатам проведенного ABC-VEN-анализа можно ответить на следующие вопросы:

- Целесообразно ли тратятся финансовые средства на лекарства в конкретном лечебном учреждении (какие препараты в группе А и В)?
- Какие шаги необходимо предпринять, чтобы рационализировать лекарственные закупки?
- Какие препараты в первую очередь следует рассмотреть на предмет включения (исключения) в формулярный перечень?
- Соответствуют ли финансовые затраты данным анализа структуры заболеваемости?

VEN-анализ применяется при классификации ресурсов и запчастей производственных компаний. Выделяют критичные позиции (например, запчасть без наличия которой остановится производство), умеренно критичные позиции (запчасть, без которой можно какое-то время обойтись, производство продолжится, пусть и не на полную мощность) и некритичные позиции (запчасти, без наличия которых можно обойтись, дожидаясь их поставки по случаю необходимости) [4].

Объектом анализа выбраны товарные группы продовольственного магазина в г. Ашхабаде. Установлено, что примерно 80% от стоимости объема продаж составляют хлеб, очищенная питьевая вода, плоды-овощи, молочные товары, мясные изделия, яйца, безалкогольные напитки и др. (группа А, категория X, категория F), 15% от стоимости – рыбная продукция, пищевые жиры, крупы, консервированная продукция, макаронные изделия, мука, кондитерские изделия, соки, майонез, жевательная резинка и др. (группа В, категория Y, категория M), 5% от стоимости – соль, пряности, уксусная кислота, орехи, мыло, моющие, чистящие средства, дезодоранты, туалетная бумага и др. (группа С, категория Z, категория R). Покупка товаров осуществляется не только наличными средствами, но и при помощи безналичного расчета, в частности, с помощью различных электронных карт (Milli kart, Altyn asyr kart, VISA-kart, Master-kart) можно рассчитываться за покупки через электронные терминалы расчета, установленные во всех торговых организациях города.

Список использованной литературы

1. **Основы маркетинга** / Ф. Котлер [и др.]. – М. : Вильямс, 2009. – 656 с.
2. **Захарова, И. В.** Маркетинг в вопросах и решениях / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. – М. : КНОРУС, 2011.
3. **Круминыш, Н.** Логистика в Восточной Европе / Н. Круминыш, К. Витолиныш. – Латвия, 2007.
4. **Михарева, В. А.** Стратегический маркетинг / В. А. Михарева. – Минск : Изд-во Гревцова, 2009. – 208 с.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ СУЩНОСТИ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛЬСКОЙ ТОРГОВЛИ

В статье рассматривается сущность и значение инфраструктуры сельской торговли. Проанализированы подходы различных авторов к определению понятия «торговая инфраструктура». Выделены особенности инфраструктуры сельской торговли, а также ее сущностные аспекты и значимость для сельских жителей в современных условиях. Указано на расширение состава этой инфраструктуры за счет торговых объектов различных форм собственности.

The article discusses the nature and significance of infrastructure in rural trade. Analyzed the approaches of various authors to the definition of “commercial infrastructure”. Highlighted features of the infrastructure of rural trade, and its essential aspects and importance to rural people in the modern world. Indicated on the expansion of this infrastructure due to the commercial facilities of different ownership forms.

Ключевые слова: торговля; инфраструктура; торговая инфраструктура; сельское население; инфраструктура сельской торговли.

Key words: trade; infrastructure; trading infrastructure; rural population; rural infrastructure trade.

Сельские территории – это та сфера жизнедеятельности человека, в которой хозяйственная деятельность переплетается с менталитетом и укладом жизни сельских жителей. Преобразования на селе связывают прежде всего с развитием различных форм самоорганизации сельского сообщества во взаимосвязи с другими структурами и считают их главным условием эффективного социально-экономического развития страны. Традиционно сельские территории выполняют важнейшие социально-экономические функции, в том числе следующие:

- производственную (обеспечение важнейших потребностей населения в продовольствии и потребностей промышленности в сырье);
- демографическую (обеспечение субъектов хозяйствования рабочей силой);
- культурную (сохранение самобытной культуры и традиций, обычаев и обрядов);
- экологическую (рациональное использование природных ресурсов и минимизация загрязнения окружающей среды);
- рекреационную (создание условий для отдыха населения);
- политическую (обеспечение социальной стабильности общества).

В хозяйственном механизме развития сельских территорий главным обеспечивающим компонентом является сельское население и условия его жизнедеятельности.

В силу объективных причин численность населения сельских территорий неуклонно сокращается, что подтверждается статистическими данными. Согласно этим данным, за последние 25 лет статистических наблюдений (с 1990 по 2015 гг.) население Беларуси сократилось на 7% (с 10 188 тыс. до 9 480 тыс. жителей), в то время как численность сельских жителей снизилась на 38% (с 3 457 тыс. до 2 155 тыс. жителей). Если общая численность жителей страны в последние пять лет практически стабилизировалась на уровне 9,5 млн чел., то за этот же период сельское население страны уменьшилось еще на 300 тыс. жителей.

Структура рассматриваемого населения также свидетельствует о наличии демографических проблем на сельских территориях. Удельный вес трудоспособного населения в городах составляет около 60% от общего количества городского населения, в то время как доля трудоспособного сельского населения достигает не более 50%. Основной проблемой дальнейших перспектив развития анализируемой демографической ситуации является и то, что по сравнению с городским населением удельный вес пенсионеров на селе в 2015 г. был почти в 1,5 раза больше, чем в городе (31,5% против 22,2%). При этом следует отметить, что доля лиц моложе трудоспособного возраста примерно одинаковая на селе и в городе (17%). Это свидетельствует о наличии некоторого потенциала восстановления сельского населения. Важно учитывать, что одним из инструментов развития потенциала сельского населения является существенное укрепление инфраструктуры торговли в сельских населенных пунктах.

Таким образом, повышение эффективности использования производственного и социального потенциала села тесно связано с дальнейшим развитием торговли и совершенствованием торгово-бытового обслуживания в сельской местности. При этом происходящие в настоящее время в экономике, социальной структуре и жизненном укладе села перемены повышают требования к уровню организации и методам работы сельской торговли, качеству торгового обслуживания.

Торговое обслуживание сельского населения выходит сейчас на первый план для обеспечения наиболее качественных условий его жизнедеятельности. Обеспечение сельского населения всей социально-экономической инфраструктурой, прежде всего торговой, позволит обеспечить надлежащее качество условий его жизни и снизить темпы сокращения численности сельских жителей.

Развитие экономики современной Беларуси стимулирует рост потребительского спроса и изменение структуры потребления сельского населения, что, в свою очередь, вынуждает предприятия сельской торговли постоянно искать новые способы повышения конкурентоспособности, в том числе за счет предоставления сопутствующих торговых услуг.

Как свидетельствует практика, в Беларуси сфера услуг, включая торговую отрасль, получила в последние десятилетия существенное развитие. В настоящий момент торговля представляет собой важный элемент инфраструктуры всего рынка. Ее роль, как известно, заключается в физическом перераспределении продукции от производства к конечным потребителям в необходимое время, в нужное место и в требуемом объеме, а также в стимулировании производства и формировании перспективных направлений его деятельности в соответствии с потребностями различных категорий покупателей. Согласно общественному разделению труда, сельская торговля, как и прежде, выполняет важную роль в осуществлении экономических связей между городом и селом.

Сейчас уже можно утверждать, что торговая отрасль в Беларуси переживает новый период, когда прежние подходы, модели и методы становятся малоэффективными. Такое положение обусловлено усилением конкуренции как между товаропроизводителями, так и в розничной торговле, а также постепенным повышением уровня благосостояния населения и, как следствие, ростом требований покупателей к качеству потребляемых товаров и торговому сервису.

Важно учитывать, что субъекты торговой инфраструктуры способны выполнять только им присущие функции и имеют следующие преимущества по отношению к предприятиям-производителям: использование торгового капитала для поддержки отечественного производства в условиях определенных неплатежей; предоставление услуг по хранению на складах и в холодильниках; разукрупнение объемов поставок товаров; сама транспортировка и доставка товаров; предоставление информации о спросе, предложении, ценах, условиях продажи, местонахождении товара и т. д.

В настоящее время в Беларуси для торговли в целом характерны недостаточно развитый уровень некоторых рыночных отношений, склонность контрагентов к нарушению взаимных обязательств, сравнительно большие транспортные издержки, несовершенство финансовых и кредитных отношений, а также взаимные неплатежи субъектов рынка.

В конечном счете, несмотря на указанные проблемы, приобрести экономические блага (товары, продукты, услуги) потребитель может только благодаря субъектам торговой инфраструктуры, которые непосредственно занимаются организацией и обеспечением сделок купли-продажи.

Необходимо указать, что изучением торговой инфраструктуры занимались А. Азарян, В. Апопий, Н. Белоусова, И. Беляевский, Н. Власова, Е. Дворяджина, Л. Ибрагимов, М. Кулакова, Т. Кушнир, В. Лагутин, Л. Лигоненко, И. Лошенко, А. Мазараки, А. Новоселов, Ш. Норматова, Е. Русскова, В. Стукач, О. Уколов, В. Федько, М. Черная, А. Шубин и др. Данные и другие авторы изучали торговую инфраструктуру региона, торгово-сервисную инфраструктуру, торговую инфраструктуру потребительской кооперации, инфраструктуру розничной торговли.

Важно учитывать, что анализ различных теоретических источников позволяет сделать вывод о том, что понятие «торговая инфраструктура» многими авторами рассматривается более широко. В этой связи следует более точно проанализировать термины «торговля», «инфраструктура», так как сама трактовка понятия «торговая инфраструктура» определяет набор ее важнейших элементов и принципов.

Термин «инфраструктура» заимствован из военного лексикона. Он появился в 20-х гг. XX в., был изначально предназначен для обозначения комплекса вспомогательных служб, обеспечивающих функционирование подразделений вооруженных сил.

Марксисты, как известно, анализируя сферу производства, указывали на значимость инфраструктуры, не упоминая данного термина. Они отмечали, что кроме тех вещей, посредством которых труд воздействует на предмет труда и которые поэтому так или иначе служат проводниками его деятельности, в более широком смысле к средствам процесса труда относятся все материальные условия, необходимые для того, чтобы этот процесс мог совершаться. Они прямо не входят в этот процесс, но без них он невозможен или может происходить в несовершенном виде.

В 50-х гг. XX в. ученые обратились к этому понятию для объяснения процессов экономической жизни.

На данный момент наибольшее распространение в определении понятия «инфраструктура» получил отраслевой подход.

Зачастую инфраструктурой считается комплекс отраслей, предназначенных для обслуживания материального производства.

Нередко инфраструктуру определяют как совокупность отраслей, которые обеспечивают общие условия воспроизводства материальных благ и социального развития личности.

В ряде случаев инфраструктуру характеризуют как комплекс отраслей и производств, призванных обеспечивать нормальные условия экономического функционирования и социального воспроизводства.

Применительно к экономике под инфраструктурой нередко понимают совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих ее с целью создания необходимых условий для нормального функционирования производства.

Торговую инфраструктуру часто понимают как комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур, составляющих или обеспечивающих основу для организации и функционирования торгового обслуживания покупателей.

Таким образом, во многих случаях инфраструктура рассматривается различными авторами как совокупность отраслей; совокупность отраслей и видов деятельности; комплекс отраслей и производств.

При изучении торговой инфраструктуры следует прежде всего понимать сущность самого термина «торговля». Это отрасль хозяйства, экономики и вид экономической деятельности, объектом которых является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранения товаров и их подготовки к продаже.

В то же время, с нашей точки зрения, нельзя рассматривать торговую инфраструктуру как совокупность или комплекс отраслей, так как сама торговля – это одна отрасль. Иначе происходит подмена данных понятий. При этом комплекс вспомогательных отраслей, обеспечивающих основную деятельность по купле-продаже товаров; совокупность вспомогательных и обслуживающих подразделений и средств, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы, с нашей точки зрения, можно рассматривать как совокупность социальной инфраструктуры.

Таким образом, сравнительный анализ вариантов определения понятия «торговая инфраструктура» и ее элементов, представленных в различных литературных источниках (монографии, авторефераты диссертаций, статьи, учебные пособия), позволил сделать следующие выводы:

- Понятия «торговая инфраструктура» и «инфраструктура торговли», с точки зрения некоторых авторов, различны. Торговая инфраструктура рассматривается авторами как комплекс вспомогательных отраслей, а инфраструктура торговли характеризуется только наличием торговых предприятий, а также их составом и размером.

- Отсутствует единообразие представленных авторами элементов торговой инфраструктуры, что во многом определено выбором населенного пункта для изучения торговой инфраструктуры (города, поселки городского типа, сельские населенные пункты) и категорией обслуживаемого ею сегмента покупателей (личные подсобные хозяйства, различные категории населения). Некоторые авторы изучают торговую инфраструктуру региона.

- Понятие «торговая инфраструктура» многими авторами рассматривается более широко, чем по смыслу заложено в терминах «торговля» и «инфраструктура». Например, как комплекс вспомогательных отраслей, обеспечивающих основную деятельность по купле-продаже товаров, или совокупность вспомогательных и обслуживающих подразделений и средств, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы. Понимание же сущности термина «торговая инфраструктура» определяет набор ее элементов и принципов.

- В определениях разных авторов обозначены следующие функциональные назначения торговой инфраструктуры: деятельность по купле-продаже товаров, организационное и материальное обеспечение основных рыночных процессов, продажа услуг на конкурентных рынках.

Некоторые ученые в своих исследованиях обращаются к торговой инфраструктуре потребительской кооперации и отмечают, что она представлена розничными торговыми объектами или стационарной, мелкорозничной и передвижной сетью. Подобные точки зрения, на наш взгляд, требуют следующих уточнений в соответствии с особенностями деятельности потребительской кооперации и обновлением ее нормативной базы:

- торговая деятельность потребительской кооперации представлена не только розничной, но и оптовой торговлей;

- в соответствии с постановлением Министерства торговли Республики Беларусь «Об утверждении Инструкции о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам» от 26 июня 2014 г. № 25 розничные торговые объекты классифицируются по видам в зависимости от формата;

- в соответствии с постановлением Министерства торговли Республики Беларусь «О классификации форм розничной торговли» от 26 июня 2014 г. № 24 изменены ранее установленные формы розничной торговли.

С нашей точки зрения, торговая инфраструктура – это комплекс взаимосвязанных и дополняющих друг друга торговых предприятий (объектов) с их материально-финансово-трудовыми ресурсами, находящихся в максимальной доступности (пространственно-временной приближенности) к покупателям товаров и услуг, функционирование которого направлено на удовлетворение потребностей населения и создание условий для развития его потенциала.

Согласно этому определению, можно выделить следующие особенности данного понятия:

- прежде всего, это комплекс взаимосвязанных и дополняющих друг друга торговых предприятий (объектов), создающих благоприятные условия для жизнедеятельности населения;

- функционирование торговой инфраструктуры первостепенно должно быть направлено на удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, соответственно, и на обеспечение основных рыночных процессов;

- одним из наиболее важных требований к объектам торговой инфраструктуры является ее максимальная доступность и пространственно-временная приближенность к сферам жизнедеятельности человека (покупателя, потребителя);

- функционирование этой инфраструктуры происходит на определенной территории, что обеспечивает соответствующие условия для жизнедеятельности населения.

На наш взгляд, указанное понимание торговой инфраструктуры наиболее точно передает сущность и специфику данного понятия и отражает ее главные элементы.

При таком подходе торговая инфраструктура в сельских населенных пунктах приобретает следующие важные особенности, отражающие специфику жизнедеятельности жителей села:

- инфраструктура сельской торговли ориентирована не на специализированного отраслевого потребителя (как это наблюдается в промышленности, строительстве и других сферах производства), а на территориального, в роли которого выступают жители сельского населенного пункта (аггородка, поселка, деревни), т. е. определенная социально-территориальная общность людей;

- объекты торговой инфраструктуры в сельских населенных пунктах, как правило, сосредоточены по определенной, иногда весьма значительной территории, что затрудняет их эффективное использование;

- сезонный характер многих видов производства в сельском хозяйстве накладывает свой отпечаток на работу объектов и подразделений сельской торговой инфраструктуры и определяет ритм их деятельности;

- очень важно учитывать то обстоятельство, что в нынешних условиях инфраструктура сельской торговли Республики Беларусь достаточно широко представлена не только торговой инфраструктурой потребительской кооперации (как это было ранее на протяжении многих десятилетий), но и многочисленными объектами торговли и услуг других субъектов различных форм собственности.

При анализе инфраструктуры сельской торговли ее необходимо рассматривать как открытую систему, обладающую признаками самоорганизации, имеющую единую цель, иерархичность построения, существенные размеры своего комплекса и сложность поведения. В со-

став же инфраструктуры сельской торговли входит вся система торгового обслуживания сельского населения, а также объекты, предприятия и организации розничной торговли, субъекты торгового посредничества и оптового оборота и другие торговые структуры, функционирующие в сельской местности.

УДК 336.14

И. И. Кикоть (kikot.irisha@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

УПРАВЛЕНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬЮ И ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ НА ОСНОВЕ БЮДЖЕТОВ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

В статье рассмотрены основные положения, касающиеся перспектив применения бюджетов денежных потоков в снижении риска возникновения дисбаланса денежных потоков, контроле ликвидности и разработке превентивных мер, направленных на ликвидацию кассовых разрывов.

The main theses concerning perspectives of cash flows budgets application in reducing risks of cash flows disbalance, control of liquidity and working out preventive measures aimed at liquidity of cash gaps have been considered in the article.

Ключевые слова: бюджет; денежный поток; платежеспособность; платежный календарь; риск неплатежей.

Key words: budget; cash flow; creditworthiness; payment calendar; nonpayment risk.

Важными документами, регламентирующими последовательность и направления движения денежных средств, являются бюджет движения денежных средств и платежный календарь. Данные бюджеты имеют большое значение в организации контроля денежных потоков, они обеспечивают руководству реальное представление о достаточности денежных ресурсов, возможности и целесообразности их перераспределения, позволяют выработать механизм упреждающих действий в случае надвигающегося дефицита денежных средств. Недостаточно оценить, насколько предприятие зависит от заемных средств, когда возникнут кассовые разрывы, за счет какой деятельности будут получены денежные средства. Гораздо важнее разработать механизм контроля и упреждающих действий по ликвидации возможного дефицита денежных средств в будущем. Важным направлением повышения управленческой значимости бюджетов денежных потоков является контроль дисбаланса денежных потоков, эффективности, достижения запланированного уровня других финансовых показателей [1].

Контроль платежеспособности на базе бюджета движения денежных средств опирается на платежный календарь. Это важный плановый документ управления платежами, позволяющий заблаговременно принять меры по устранению кассовых разрывов и помогающий работать на перспективу, например, подготовить своевременные коррективы в бюджете движения денежных средств, обеспечив тем самым перспективную платежеспособность.

Связь между бюджетом движения денежных средств и платежным календарем осуществляется по следующим направлениям:

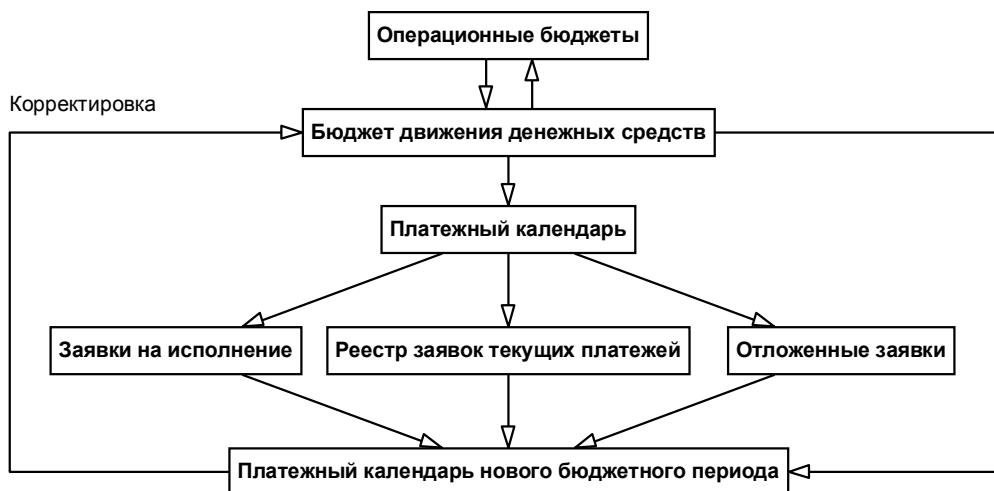
- Платежный календарь составляется на базе бюджета движения денежных средств в пределах распределения бюджетных сумм по бюджетным периодам календаря.
- Выявленный краткосрочный дефицит денежных средств может вызвать долгосрочную потребность в денежных средствах и необходимость внесения корректив в бюджет движения денежных средств на квартальные, полугодовые и годовой бюджетные периоды.

Техника работы с платежным календарем базируется на заявочной системе исполнения платежей. Собранные заявки, прошедшие установленный круг согласований и утверждений включаются в реестр платежей и исполняются в пределах установленного лимита денежных средств, остальные отмечаются как отложенные. Платежный календарь на очередную декаду формируется с учетом отложенных и поступивших новых заявок. Проверяя новую заявку, перед тем как включить ее в реестр заявок, подлежащих оплате, финансовый директор должен не только сверить ее сумму с утвержденным бюджетом, но и проверить обоснованность ее расчета с точки зрения возможности удовлетворения требований по оплате. Отложенные заявки наряду с планируемыми платежами оплачиваются в следующей декаде в пределах доступности денеж-

ных средств. При дефиците денежных средств в следующем бюджетном периоде новый перенос платежей может вызвать проблемы с платежеспособностью в перспективе. Следовательно, необходима корректировка бюджета денежных средств, которая неизбежно связана с корректировкой операционных бюджетов. Необходимость уточнения бюджета движения денежных средств может быть вызвана ожиданиями и прогнозами ухудшения платежеспособности покупателей, непредвиденными авансовыми платежами, ростом цен, тарифов, изменением рыночной конъюнктуры и другими обстоятельствами [2].

Общая схема взаимосвязи бюджетов денежных потоков и операционных бюджетов, направленная на балансирование и согласование финансовых потоков, представлена на нижеприведенном рисунке.

Схема взаимосвязи и корректировки бюджетов движения денежных средств и операционных бюджетов



Пересмотр бюджетов связан с комплексом мероприятий организационно-экономического характера, обуславливаемых изменениями в производственной программе, маркетинговой политике, способными осуществлять разнонаправленные воздействия на денежные потоки в следующем порядке:

- путем учета воздействий и факторов, определяющих масштабы деятельности, когда планирование генерального бюджета начинается бюджетом продаж и заканчивается бюджетом движения денежных средств, корректируемым по итогам фактического исполнения бюджетов (рисунок);
- путем непосредственного учета в платежном календаре изменений, вызванных фактическими обстоятельствами экономической жизни организации, а затем на основании платежного календаря пересмотр бюджета движения денежных средств.

Корректировку бюджета денежных потоков можно производить без длительного кругооборота согласующих действий через операционные бюджеты, завершая их корректировкой бюджета денежных потоков. Для этого на основании планируемых мероприятий по активизации денежного оборота (изменения в условиях поставок (отгрузок), предоставление скидок, авансов и др.), снижению затрат, составляется их реестр с расчетами, оценивающими величину наращивания денежного потока, а также список факторов внутренней и внешней среды, обуславливающих незапланированные оттоки денежных средств и мероприятий по ослаблению их негативного влияния.

Упреждающие мероприятия по устранению дисбаланса денежных потоков могут разрабатываться на основе применения следующих упрощенных форматов платежного календаря: календаря платежей поставщикам, календаря поступлений от покупателей, в котором показан денежный поток в усеченной форме, являющийся ключевым в общем денежном потоке организации. В формате данных документов показываются такие составные элементы как задолженность поставщикам, задолженность покупателей, объемы отгрузок и денежные поступления, объемы закупок и платежи, детализированные либо по срокам отсрочки отгрузок и закупок, либо по бюджетным периодам и при необходимости по контрагентам. Балансирование денеж-

ных потоков в календарях поступлений и платежей позволит выявить степень обеспечения своевременности остальных платежей и процент их удовлетворения в установленной очередности платежей.

В платежном календаре денежные потоки целесообразно оценивать в условиях неопределенности поступлений. Для этого оценивается коэффициент риска неоплаты, являющийся корректором будущих денежных потоков. Коэффициент риска неоплаты рассчитывается как отношение просроченной задолженности (например, на период выше 60 дней) по контрагенту, по организации на конец бюджетного периода к объему реализации за период, равный среднему сроку просрочки платежа. Основанием для расчета коэффициента являются исторические данные за предшествующий год, полугодие. Денежный платеж, скорректированный на коэффициент риска неоплаты, планируется в следующем порядке: к задолженности покупателей на начало планового периода прибавляется плановый объем отгрузок за период и вычитается задолженность, оцененная по договорному сроку отсрочки и умноженная на коэффициент риска неоплаты. Полученное значение денежных поступлений с учетом риска задержки платежей конкретного контрагента применяется в оценке вероятности будущих поступлений как отношение ожидаемых поступлений в соответствии с договором к величине ожидаемых поступлений, откорректированных на коэффициент риска неоплаты. Полученные значения вероятности поступлений указывают, насколько вероятны денежные поступления и достаточно ли их для оплаты текущих потребностей, имеет смысл проставлять их значения в особых графах платежного календаря.

Важным инструментом балансирования финансовых потоков является бюджет движения денежных средств, составленный косвенным методом. Преимущество данного подхода состоит в возможности выявления связи между прибылью, денежным потоком, в возможности оперативной оценки управленческих решений, влияющих на прибыль, динамику денежного потока, показатели рентабельности и оборачиваемости. Бюджет движения денежных средств, составленный косвенным методом, проверяется на степень сбалансированности финансовых показателей и их соответствия стратегии развития организации. Расчет прибыли опирается на наиболее реалистичный бюджет продаж и стандартные условия расчетов. По нормативам уровня расходов оцениваются переменные затраты на производство и реализацию, по уровню прошлого года и с учетом мероприятий по снижению затрат рассчитываются управленческие затраты. С учетом направлений сбытовой, снабженческой политики, мероприятий по оптимизации запасов планируются изменения дебиторской и кредиторской задолженности, запасов. По полученным косвенным методом денежным потокам оцениваются показатели оборачиваемости, рентабельности, платежеспособности, а также то, насколько они соответствуют финансовым целям развития. При их неудовлетворительном уровне необходимо проанализировать различные условия расчетов, возможности сокращения затрат, пересмотра нормативов; из рассмотренных вариантов выбирается тот, который обеспечит приемлемый уровень финансовых показателей. На основании выбранного варианта расчетов с контрагентами составляется новый вариант бюджета движения денежных средств, пересчитываются денежные потоки в бюджете, составленном прямым методом.

Бюджет движения денежных средств, составленный косвенным методом, имеет долгосрочный характер. Необходимо, чтобы все договорные условия согласовывались с данным документом. Любые предложения по изменению договорных условий со стороны контрагентов или менеджеров организации должны обосновываться пересчетом бюджета движения денежных средств косвенным методом. Результаты расчетов оцениваются на предмет удовлетворения внесенных изменений целевым показателям эффективности, платежеспособности и структуры финансирования.

Хорошим методом, позволяющим учесть в процессе балансирования финансовых потоков наиболее значимые факторы, влияющие на прибыль, такие как рентабельность и денежный поток, является анализ чувствительности. Поскольку таких факторов много, необходимо выделить те, которые наиболее приоритетны для целей получения гармоничных финансовых пропорций. Модель балансировки бюджета, соответствующего стратегической цели, может выстраиваться по комбинации составляющих модели Дюпона, модели устойчивого роста и моделей с использованием вероятностных характеристик параметров выбранной модели.

Таким образом, бюджеты денежных потоков являются одним из важнейших финансовых инструментов, позволяющих четко выстраивать управленческие действия по регулированию платежеспособности, эффективности в краткосрочном и долгосрочном аспектах принятия решений с использованием различных методов конструирования денежных потоков.

Список использованной литературы

1. **Книга, А. С.** Финансовое планирование и бюджетирование : учеб. пособие / А. С. Книга, О. В. Чубур. – Барнаул : Алт. гос. техн. ун-т, 2009. – 127 с.
2. **Шаховская, Л. С.** Бюджетирование: теория и практика : учеб. пособие / Л. С. Шаховская, В. В. Хохлов, О. Г. Кулакова. – М. : Кнорус, 2009. – 400 с.

УДК 330.720:334.735

Л. К. Климович (lkklimovich@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

Ж. Ч. Коновалова (konovalova65@mail.ru),

канд. юр. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

В статье рассматриваются некоторые направления реформирования организационной структуры потребительской кооперации Республики Беларусь, а также пути совершенствования правового регулирования ее деятельности.

The article considers reforming areas of organizational structure of consumer cooperatives of the Republic of Belarus, and ways of improving of legal regulation of its activity.

Ключевые слова: потребительская кооперация; потребительское общество; союз; реформирование; реструктуризация; организационная структура.

Key words: consumer cooperatives; consumer society; union; reforming; restructuring; organizational structure.

Реформирование организационных форм управления в потребительской кооперации имело место на протяжении всей истории ее существования. Вместе с тем реформированию должен предшествовать глубокий экономический анализ, учитывающий ряд частных показателей: площадь территории района и его конфигурацию; численность и платежеспособность населения района; численность членов потребительского общества, наличие высокотехнологических и эффективных организаций и др. Большое влияние на процессы реформирования оказывает также общее состояние экономики страны и тенденции экономического развития в мире.

Программы социально-экономического и инновационного развития Республики Беларусь, Концепция развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг. (утверждена постановлением правления Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 г. № 47) направлены на повышение благосостояния народа и приближение уровня развития республики к показателям европейских государств [1].

Государственное регулирование развития потребительской кооперации Республики Беларусь необходимо исследовать на основе научных подходов к управлению как на макроуровне, так и на уровне региона с учетом геополитического, экономического, социального и экологического положения.

Региональные аспекты государственного регулирования развития сферы услуг, в которой функционирует потребительская кооперация Республики Беларусь, необходимо исследовать на основе научных подходов с учетом геополитического, экономического, социального и экологического положения страны. В современных условиях развитие экономики регионов будет проходить под совокупным воздействием различных внешних и внутренних факторов, влияние которых на безопасность региона не представляется возможным оценить однозначно [2].

Выбор эффективной стратегии реформирования (реструктуризации) потребительской кооперации должен базироваться на альтернативных портфелях развития отрасли с учетом синергизма, инвестиционной политики, компетенций менеджеров.

В рамках программ реструктуризации в качестве основных процессов выделяются следующие:

- связанные с рынком или потребителем;
- направленные на высокие технологии и инновации;
- направленные на ресурсосбережение и др.

Реструктуризация должна привести структуру организации в соответствие с условиями рынка и выбранной бизнес-моделью. Подходы к проведению реструктуризации в кризисной и развивающейся организации будут различаться:

- для развивающейся организации проведение реструктуризации должно быть основано на имеющейся или вновь разработанной стратегии; набор выбранных стратегических альтернатив формирует общекорпоративные правила игры, которые позволят организации достичь поставленных целей;
- для кризисной организации сначала необходимо приостановить негативные процессы, восстановить деятельность, поэтому работа в ней начинается с укрепления дисциплины и проведения оперативной реструктуризации, в последующем и в такой организации возникает необходимость проведения стратегической реструктуризации.

Следует отметить, что последовательность этапов реструктуризации и инструментарий могут различаться в зависимости от состояния организации, ее потенциала, позиций на рынке, поведения конкурентов, характеристик производимых товаров и услуг и многих других факторов.

При выборе концепции развития потребительской кооперации на современном этапе следует учитывать, как будут развиваться организации: благодаря внутриорганизационному развитию (как в системе потребительской кооперации, так и в малом бизнесе) или благодаря поглощениям и слияниям (образование холдингов, ТНК и МНК (международных корпораций)) [1; 3; 4].

Решающим фактором при выборе путей реформирования организационных структур потребкооперации в районном звене остается необходимость решения задачи повышения финансово-экономической жизнеспособности в условиях конкуренции. Одним из основных направлений реформирования первоначально стало укрепление действующих потребительских обществ.

По состоянию на 1 января 1999 г. в системе потребительской кооперации действовало более 1200 юридических лиц, при этом каждое потребительское общество, каждый союз потребительских обществ имели учрежденные ими предприятия. В среднем на одно потребительское общество приходилось от 3 до 8 предприятий, облпотребсоюзы имели в среднем по 21–22 предприятия, Белкоопсоюз был учредителем 35 предприятий.

По состоянию на 1 апреля 2005 г. количество юридических лиц в системе составляло 556.

На 1 января 2015 г. в потребительской кооперации осталось 208 юридических лиц и по сравнению с 2005 г. их количество уменьшилось более чем в 2 раза. Прослеживается тенденция сокращения числа потребительских обществ с 118 в 2010 г. до 89 на 1 января 2016 г.

Правовой статус союза потребительских обществ в настоящее время отличается внутренней противоречивостью и является результатом частичной модернизации системы, сложившейся в предшествующие периоды исторического развития.

Для организационной структуры потребительской кооперации характерно использование в основном организационно-административных методов управления вместо экономических, что снижает заинтересованность субъектов хозяйствования в прибыльной работе системы. Эти аспекты организационной структуры потребительской кооперации требуют совершенствования с учетом динамично развивающейся среды деятельности.

Для успешного функционирования потребительской кооперации Республики Беларусь необходимо, чтобы управление было консолидированным, учитывало интересы всех участников. В потребительской кооперации должен соблюдаться принцип рационального сочетания интересов предприятий разных отраслей и внедрения новых технологий в сфере услуг для населения.

Определенные проблемы в деятельности потребительской кооперации вызваны и недостаточной правовой урегулированностью взаимоотношений потребительской кооперации с государством. В соответствии с законодательством (ст. 4 Закона) способом взаимодействия государства и потребительской кооперации названо заключение ежегодных соглашений между Советом Министров Республики Беларусь и Белкоопсоюзом, в которых должны определяться прогнозные показатели финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации. Вместе с тем ни содержание, ни порядок заключения таких соглашений в законе не определены, что в современных условиях нельзя признать обоснованным [5].

Особенностью правового регулирования потребительской кооперации в Беларуси также является то обстоятельство, что органы исполнительной власти участвуют в формировании органов управления как в потребительских обществах, так и в их союзах путем согласования кандидатур председателей правлений, а также в освобождении их от должности. Председатель правления Белкоопсоюза входит в состав правительства, а Белкоопсоюз включен в число объединений, подчиненных Совету Министров Республики Беларусь. Такой способ взаимодействия государства и потребительской кооперации, возможно, и полезный на этапе ее реформирования все же вполне соответствует правовой природе данной системы.

Нуждается в дальнейшем совершенствовании организация управления потребительским обществом как основным звеном потребительской кооперации в направлении его взаимодействия с союзами, а также в направлении внутриорганизационного управления. Так, представляется целесообразным издание локального корпоративного акта по вопросам организации и проведения всех видов общих собраний (очередных, внеочередных) в потребительском обществе. Вопросы правосубъектности правления, закрепления его полномочий также целесообразно рассмотреть в соответствующем компетенционном акте (положении).

Можно констатировать, что в Законе о потребительской кооперации Республики Беларусь в части определения полномочий общего собрания членов потребительского общества и собрания уполномоченных требуется разграничить компетенцию между ними с целью максимально полной реализации интересов членов потребительского общества на уровне кооперативного участка. Это особенно актуально в условиях укрупнения потребительских обществ, что предусмотрено Концепцией развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы [1]. В законодательном регулировании порядка формирования правления потребительского общества участие местных исполнительных и распорядительных органов не должно быть определяющим, как это имеет место в настоящее время.

Порядок реализации отдельных прав и обязанностей членов потребительского общества нуждается в более четкой нормативной регламентации, а также требует внесения ряда дополнений в Закон о потребительской кооперации Республики Беларусь. Представляется, что в условиях сокращения числа членов потребительского общества (на 1 января 2000 г. – 1 365,2 тыс. чел. [3]; на 1 января 2015 г. – 688,185 тыс. чел. [4]) в действующем законодательстве и в локальных актах, регулирующих деятельность потребительской кооперации, больше внимания должно быть уделено укреплению потребительского общества как основы деятельности потребительской кооперации страны. Для успешной деятельности потребительского общества права его членов должны быть реальны и реализуемы, что требует соответствующего изменения законодательства.

Список использованной литературы

1. **Концепция развития** потребительской кооперации на 2016–2020 годы : утв. пост. правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 19 с.
2. **Климович, Л. К.** Регулирование развития сферы услуг экологически дестабилизированного региона : моногр. / Л. К. Климович ; под ред. А. В. Неверова. – Гомель : ЦИИР, 2008. – 310 с.
3. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2008–2013 годы. – Минск : Белкоопсоюз, 2014.
4. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2015 год. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 62 с.
5. **О потребительской** кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 25 февр. 2002 г. № 93-З // Консультант Плюс : Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ВТОРИЧНЫХ РЕСУРСОВ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной статье рассматривается международный опыт и законодательство в сфере обращения с отходами и вторичными материальными ресурсами, делается вывод о развитии рынка вторичных материальных ресурсов в Республике Беларусь.

The article considers international practice and legislation in the sphere of waste management and secondary material resources, as well as, conclusion on development of secondary material resources market in the Republic of Belarus is made.

Ключевые слова: бытовые отходы; международный опыт; вторичные материальные ресурсы; рынок вторичного сырья.

Key words: domestic waste; international practice; secondary material resources; secondary materials market.

В современных условиях развития экономики страны возрастает потребность в поиске более дешевых сырьевых ресурсов для производства как товаров народного потребления, так и продукции производственного назначения. Использование бытовых отходов и вторичного сырья для переработки позволяет существенно снизить себестоимость производимой продукции. Мировая практика показывает различные направления использования и способы переработки вторичного сырья в разных странах. Изучение опыта по сбору и переработке вторичных материальных ресурсов (ВМР) в развитых странах позволит определить основные направления его применения в Республике Беларусь, а использование современных зарубежных технологий – повысить ее эффективность и улучшить состояние экологии.

Экологические угрозы связаны с длительными сроками разложения различных видов отходов жизнедеятельности человека. На каждого жителя нашей планеты приходится в среднем от 300 кг до 1 тонны мусора в год. Большая часть бытового мусора не разлагается в естественных условиях или имеет очень длительный срок разложения:

- газетная бумага и картон – 3 месяца;
- бумага для документов – 3 года;
- деревянные доски, обувь и банки жестяные – 10 лет;
- детали из железа – 20 лет;
- жвачки – 30 лет;
- аккумуляторы для автомобилей – 100 лет;
- пакетики из полиэтилена – 100–200 лет;
- батарейки – 110 лет;
- шины от авто – 140 лет;
- бутылки из пластика – 200 лет;
- одноразовые подгузники для детей – 300–500 лет;
- банки из алюминия – 500 лет;
- стеклянные изделия – более 1000 лет.

Поэтому без вмешательства людей в процессы утилизации бытовых и промышленных отходов наша планета может в недалеком будущем превратиться в мировую свалку, что приведет к планетарной катастрофе.

А если учесть, что кроме бытовых отходов ежеминутно увеличиваются производственные, в том числе опасные отходы, то проблема их утилизации и захоронения выходит на первый план, а ее решение без применения современных технологий становится невозможной.

Необходимо отметить, что источники сырья во всем мире имеют свои пределы. А в условиях постоянного роста численности населения требуется все большее количество различных товаров, необходимых для удовлетворения всевозрастающих потребностей потребителей. Для

решения этих проблем важным источником увеличения ресурсов сырья являются вторичные материальные ресурсы, переработка и использование которых в качестве сырья существенно удешевляет производство товаров и оказание услуг населению.

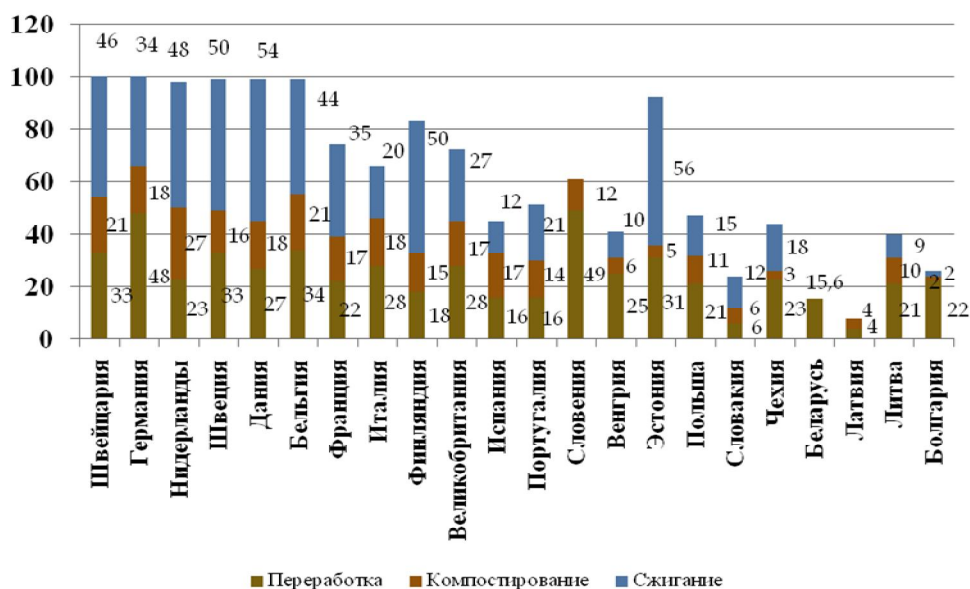
В разных странах проблемы сбора и переработки вторичного сырья решаются различными способами. Существуют особенности сбора и переработки вторичных материальных ресурсов в разных странах мира. Интересным для нашей страны может быть опыт способов как сбора, так и переработки вторичных материальных ресурсов в странах разных регионов планеты.

В Южной Корее, например, сбор бытового мусора у населения осуществляется с использованием подземной пневмоканализационной системы прямо из квартир жителей до перерабатывающих заводов. В Японии бытовые отходы у населения собирают в контейнеры для сгораемого и негораемого мусора по 20 видам сырья, причем сортировка начинается еще в квартирах. В Австралии осуществляют раздельный сбор вторичного сырья у населения путем его сортировки в красные (обычный мусор), зеленые (растения), желтые (бумага, бутылки и пр.) и синие (для медицинского мусора) бачки. В Германии население раздельно проводят сбор пищевых отходов, предварительно измельчаемых в фильтрах, отходов, которые нельзя переработать, и перерабатываемого вторичного сырья (макулатура, пластик, стекло, металл, текстиль). В США осуществляется измельчение пищевых отходов в квартирах населения и отвод через канализацию, а также проводится раздельный сбор мусора в пластиковые пакеты, а затем в контейнеры разного цвета.

Стимулируют сбор мусора также по-разному, в Бразилии, например, бедное население за шесть пакетов мусора получают один пакет с едой.

Способы и степень переработки бытовых отходов также имеют свои различия. В Австрии в основном сжигают бытовые отходы для отопления городов, используют грибковый фермент для расщепления пластмасс. В Англии превращают пищевые отходы в биогаз и удобрение, перерабатывают бытовой мусор в электроэнергию для городов. В Индии изобрели оригинальный способ переработки бытового мусора в битум, используемый для строительства асфальтирования дорог. В Японии сжигают отходы для получения тепловой энергии, перерабатывают в строительный материал, который соприкасаясь с морской водой, превращается в строительный материал для возведения искусственных островов и др.

Объемы и доминирующие способы переработки бытового вторичного сырья в разных странах представлены на рисунке.



Структура переработки вторичного сырья в разных странах в 2015 году, %

Данные рисунка свидетельствуют о более полной переработке вторичного сырья в Швейцарии, Германии, Нидерландах, Швеции, Дании и Бельгии. Эти и ряд других стран активно используют разные, в том числе и инновационные, способы переработки: сжигание с целью получения тепла и электроэнергии для городов, получения биогаза и биогумуса, производство товаров народного потребления и строительных материалов и др.

В Республике Беларусь в настоящее время осуществляют переработку лишь незначительной части вторичных ресурсов (15,6%), а значительная часть его складывается на мусорных свалках, что с одной стороны ухудшает экологию и является экономически неэффективным.

В 2015 г. сбор основных традиционных видов вторичных материальных ресурсов (отходы бумаги и картона, отходы стекла, полимерные, текстильные отходы, отходы изношенных шин) в Республике Беларусь составил 593,1 тыс. т, что на 7% больше, чем в 2014 г.

Функционирующая в настоящее время система сбора вторичных материальных ресурсов включает в себя около 400 организаций жилищно-коммунального хозяйства, потребительской кооперации, организаций ГО «Белресурсы», организаций без ведомственной подчиненности, индивидуальных предпринимателей. В их числе организаций жилищно-коммунального хозяйства – около 150, организаций потребительской кооперации – более 100.

Традиционной формой извлечения вторичных материальных ресурсов из состава отходов является заготовительная система потребительской кооперации, которая занимает лидирующее положение по сбору макулатуры, тряпья и стекла. Данные по объемам их заготовки в 2015 г. в разрезе областей представлены в таблице 1.

Так, в 2015 году отходов стекла заготовлено больше – на 25%, резиносодержащих отходов и полимерных отходов – на 8% относительно 2014 года. Объем заготовки текстильных отходов составил 87,5% от уровня 2014 г, а отходов бумаги и картона 98%.

Таблица 1 – Объемы заготовок вторичных материальных ресурсов в 2015 г. в разрезе областей

Области	Заготовлено, тыс. т
Брестская	76,5
Витебская	66,6
Гомельская	91,9
Гродненская	58,5
г. Минск	158,5
Минская	66,2
Могилевская	74,9
Республика Беларусь	593,1

За время реализации Государственной программы сбора (заготовки) и переработки вторичного сырья за период 2008–2015 гг. объем сбора основных видов ВМР увеличился в 2,5 раза.

В разрезе отдельных видов вторичных материальных ресурсов объемы закупок приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Объемы заготовок вторичных материальных ресурсов в 2015 г. в разрезе основных видов по областям в 2015 г.

Области	Вторичные материальные ресурсы, тыс. т				
	Отходы бумаги и картона	Отходы стекла	Текстильные отходы	Резиносодержащие отходы	Полимерные отходы
Брестская	41,2	21,3	1,9	5,9	6,2
Витебская	33,1	19,1	2,9	5,7	5,8
Гомельская	45,7	25,8	1,7	5,4	13,3
Гродненская	27,8	20,8	1,0	4,8	4,1
г. Минск	103,4	38,3	0,6	6,4	9,8
Минская	34,9	19,4	1,4	5,5	5,0
Могилевская	36,9	19,6	1,0	9,5	7,9
Республика Беларусь	323,0	164,3	10,5	43,2	52,1
Примечание – Источник [1].					

Данные, приведенные в таблицах 1 и 2, свидетельствуют о том, что лидерами на рынке вторичных ресурсов являются г. Минск, Гомельская и Брестская области, сбор вторичного сырья в которых соответственно составил в 2015 г. 158,5; 91,9 и 76,5 тыс. т, или 26,7%, 15,5 и 12,9% соответственно.

Основным закупаемым видом являются макулатура, стекло и полимерные отходы, которых закупили в 2015 г. – 323; 164,3 и 52,1 тыс. т, или 54,5%, 27,7 и 8,8% соответственно.

Одной из мер, направленных на увеличение объема извлекаемых ВМР из коммунальных отходов, является создание станций сортировки отходов. Создание станций сортировки позволяет полностью интегрироваться в действующую схему сбора, вывоза и обезвреживания отходов от населения, а также дает возможность полностью механизировать процесс разделения отходов, устанавливать оборудование для предварительной подготовки ВМР к использованию (мойки, дробилки, прессы и т. д.), уплотнять отсортированные отходы, подлежащие захоронению.

В целях более эффективного извлечения вторичных материальных ресурсов из коммунальных отходов были построены мусороперерабатывающие заводы в Гомельской (г. Гомель), Могилевской (г. Могилев), Витебской (г. Новополоцк) и Брестской (г. Брест и г. Барановичи) областях (таблица 3). Также ведется строительство завода в Гродненской области.

Таблица 3 – Извлечение ВМР на мусороперерабатывающих заводах Беларуси за 9 месяцев 2015 г.

Населенный пункт	Проектная мощность МПЗ, тонн ТКО/год	9 месяцев 2015 г., тыс. т		
		Фактически пропущено ВМР	Отсортировано ВМР	Проценты от фактически пропущенного объема ВМР
г. Брест	100 000	58,2	13,5	23,2
г. Барановичи	20 000	27,4	1,5	5,5
г. Новополоцк	65 000	11,9	3	25,2
г. Гомель	70 000	24,5	12,9	52,7
г. Могилев	75 000	55,6	7,9	14,2
Всего		177,6	38,8	21,8

Как видно из таблицы 3, эффективность работы мусороперерабатывающих заводов по республике пока остается довольно низкой. Это связано, прежде всего, с отсутствием технологий по использованию отходов. Второй из основных проблем неэффективной работы станций сортировки твердых коммунальных отходов является наличие в их составе пищевых и иных органических отходов. Выделение пищевых и органических отходов из общего состава поступающих отходов позволит увеличить процент ВМР.

Кроме того, мировой опыт показал, что организация раздельного сбора отходов позволяет снизить затраты на их сортировку и в определенной мере контролировать поступление загрязняющих веществ в окружающую среду.

В Республике Беларусь коммунальные отходы захораниваются на полигонах ТКО (порядка 90,4%) и на мини-полигонах. Как указано выше, на полигоны ТКО, наряду с коммунальными, вывозятся некоторые отходы производства: неопасные и 3–4 классов опасности.

Всего в Беларуси по состоянию на 1 января 2016 г. зарегистрировано 166 полигонов ТКО, которые обслуживают областные и районные центры, а также крупные поселки городского типа. В каждом районе имеется 1, реже 2–3 таких полигона. Планово-регулярным вывозом коммунальных отходов охвачены также все сельские населенные пункты, для обслуживания которых созданы мини-полигоны (таблица 4).

Таблица 4 – Вывоз твердых коммунальных отходов автомобильными транспортными средствами специального назначения с территории населенных пунктов в 2015 г., тыс. м³

Области	Твердые коммунальные отходы
Брестская	2 885
Витебская	2 432
Гомельская	2 814
Гродненская	2 083
г. Минск	5 597
Минская	3 277
Могилевская	2 315
Республика Беларусь	21 403
Примечание – Источник [2].	

Данные таблицы 4 свидетельствуют о значительных резервах увеличения объемов переработки вывозимых и складированных на полигонах вторичных материальных ресурсов в нашей стране. Отношение закупленного вторичного материального сырья к вывезенным коммунальным отходам в 2015 г. составило по нашим подсчетам только 3,1%, что является очень низким показателем по сравнению с другими странами, в которых этот показатель 50% и выше.

Список использованной литературы

1. **Об объемах** сбора и использования вторичных материальных ресурсов, размерах и направлениях расходования средств, полученных от производителей и поставщиков : отчет ГУ «Оператор вторичных материальных ресурсов». – Минск, 2016. – 9 с.

2. **Беларусь** в цифрах : стат. справочник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2016. – 72 с.

УДК 378:339.92

В. М. Коновалов (vlad5@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТНК

В статье рассматриваются некоторые аспекты взаимосвязи развития современной системы высшего образования и деятельности транснациональных корпораций в русле общемировой тенденции интернационализации производства. Показаны особенности сотрудничества традиционных университетов и образовательных структур ТНК.

The article examines some aspects of the relationship between the development of the modern system of higher education and the activities of transnational corporations in line with the worldwide trend of internationalization of production. Features of cooperation between traditional universities and educational structures of TNCs are shown.

Ключевые слова: интернационализация; рынок труда; корпоративный университет; высшее образование.

Key words: internationalization; labor market; corporate university; higher education.

Интернационализация представляет собой одну из основных тенденций современной мировой экономики. Под ее воздействием процесс производства благ в национальной экономике отдельных стран приобретает международный (интернациональный) характер. Национальные предприятия и, прежде всего, ТНК все глубже включаются в систему международного разделения труда и глобальную цепочку создания стоимости. С целью минимизации издержек и расширения рынков они переносят часть процесса производства, логистической обработки, послепродажного обслуживания товаров в различные страны по всему миру.

Процесс интернационализации охватывает и профессиональную подготовку (производство) работников, а также национальные рынки труда. Интернационализация производства предполагает унификацию технологий и сближение правил управления движением товаров и факторов производства. В Европе интернационализация деятельности университетов и рынков услуг высшего образования разных стран нашла выражение в распространении Болонской системы. Болонский процесс представляет собой сближение и гармонизацию систем высшего профессионального образования стран Европы с целью создания единого европейского пространства высшего образования. На этой основе в перспективе возможно и формирование общеевропейского рынка труда высшей квалификации. На сегодняшний день участниками Болонского процесса являются 48 государств Европы, в том числе все страны – члены Европейского союза и Восточного партнерства. Следует отметить, что среди инициаторов и основателей Болонского процесса есть страны, экономика которых в наибольшей мере включена в систему международного разделения труда и имеет высокий показатель индекса транснационализации. В их числе такие развитые страны, как Германия, Великобритания, Австрия, Норвегия [1].

Меняется перечень профессий и содержание формальных компетенций. Происходит интернационализация образовательных стандартов и профессиональных компетенций, как следствие повышается уровень международной мобильности студентов и преподавателей.

Если 30 лет назад полученных в УВО знаний было достаточно для 20–25 лет продуктивной практической работы, то сейчас в условиях НТР, оптимальный срок их эффективного использования составляет максимум 5–7 лет, а в отраслях, определяющих научно-технический прогресс, профессиональные знания устаревают еще быстрее. С учетом изменений в процессе производства, в системе высшего образования также происходят существенные изменения в методике обучения, содержании учебных программ, управлении учебным процессом, возникает потребность в быстром обновлении учебного материала и т. д. [2].

ТНК становятся основным накопителем и каналом передачи экономических и научно-технических знаний в мировом хозяйстве. Это ведет к значительному изменению в процессе профессионального обучения вообще и в особенности вузовского образования. В условиях постоянного совершенствования технологий производства разовое (классическое) университетское обучение становится малоэффективным, дающим лишь кратковременный результат. Реагировать же на меняющиеся условия производства и конкуренции надо постоянно. Это и стало побудительным мотивом к перерастанию корпоративных бизнес-тренингов, с реальным погружением в проблемы компании, в корпоративные университеты. Содержание и направленность учебного процесса в таком университете определяется потребностями компании.

В результате корпоративный университет функционирует как четко продуманная система обучения персонала компании, в рамках которой для достижения поставленных целей используются традиционные и новые формы бизнес-образования: бизнес-тренинг, краткосрочные и среднесрочные курсы повышения квалификации персонала, проблемно-проектные семинары, инструктаж по позиции и др.

Сотрудничество ТНК с классическими университетами в процессе подготовки работников определенной квалификации часто бывает более успешным, несмотря на то, что многие корпорации обладают собственными образовательными ресурсами. Например, ряд голландских корпораций активно участвует в модернизации учебных планов ряда университетов. Значительная часть тем в структуре учебных дисциплин отводится проблематике, представляющей наибольший интерес для ТНК как вероятных работодателей. В этом случае все оказываются в выигрыше: студенту гарантирована подработка в процессе обучения и постоянная работа, после получения диплома (в Голландии около 90% всех студентов успешно сочетают учебу с работой), корпорация получает нужного ей специалиста, а университет – дополнительный источник пополнения своего бюджета. При этом к преподаванию привлекается максимально возможное число высококвалифицированных сотрудников корпорации, наряду с профессиональными преподавателями. Специалисты компании, допущенные к ведению учебных курсов, получают апробированные методики, а университет – доступ к информации практического характера, накопленной корпорацией. Таким образом, возникают предпосылки и для улучшения качества традиционной системы высшего образования.

Профессиональное образование превращается в массовый товар, свободно циркулирующий на мировом рынке. Кардинально меняется и общественная функция образования. Фактор общественного статуса отходит на второй план. Участниками рынка труда оно рассматривается как продукт, приобретаемый для четко определенных целей [3].

Постоянно стремясь к наращиванию своего интеллектуального потенциала как конкурентного преимущества, ТНК широко используют две основные формы обучения своих работников: внутрифирменную, основным полем применения которой являются зарубежные филиалы ТНК, и межфирменную, осуществляемую на коммерческой основе.

С созданием корпоративных университетов современные ТНК развитых стран превратились из потребителя знаний и квалифицированного труда в структуры, которые активно участвуют в производстве этого ресурса. Например, в Японии более половины всех средств УВО поступает от транснациональных корпораций, в Корее – свыше 80%. Около 1/3 бюджетов ведущих университетов США, Англии, Австрии и Канады составляют средства частных компаний и индивидуальных спонсоров. Причем это финансирование направлено как на развитие процесса обучения, так и на осуществление научных исследований. Руководство многих корпораций давно пришло к пониманию, что вложения в человеческий капитал более эффективны, нежели вложения в основные фонды. Так, в США на протяжении последних 50–60 лет нормы отдачи высшего образования составляет примерно 8–12%, в то время как норма прибыли реального капитала – около 4% [4].

Таким образом, многие университеты под воздействием сотрудничества с ТНК, интернационализации производства и рынка труда все больше обретают признаки предпринимательских структур. В разных странах формируются различные модели предпринимательских уни-

верситетов. Особенности этих моделей в решающей мере определяются уровнем развития рыночных отношений и степенью интернационализации национальной экономики. Практически все университеты Беларуси в различной степени включены в процесс предпринимательской деятельности на рынке услуг высшего образования. Однако национальная модель предпринимательского университета вероятно еще находится в процессе становления, как и процесс дальнейшего развития рыночных отношений и рыночной инфраструктуры. Определенное влияние на процесс становления национальной модели предпринимательского университета оказывает и незначительное присутствие в национальной экономике высокотехнологичных ТНК мирового уровня [5].

В системе высшего образования развитых стран сложились масштабные комплексы регулирования и финансирования высшего профессионального образования, стажировок ученых и специалистов, студенческих обменов, напоминающих ТНК по характеру и масштабам деятельности. В качестве «образовательных ТНК» выступают, как правило, крупные неправительственные организации, не имеющие прямого бюджетного финансирования, но опирающиеся на разностороннюю поддержку государства. Наиболее известные образовательные корпорации такого рода: DAAD (Немецкая служба академических обменов), действующая уже 80 лет и объединяющая свыше 230 университетов; British Council (Великобритания), которая представляет национальные интересы на рынках образовательных услуг почти 120 стран мира; EduFrance (Франция), хотя и более молодая организация чем названные выше, но уже имеющая свои представительства более чем в 30 государствах; CIMO (Финляндия) и другие. «Образовательные ТНК» часто выступают как связующее звено между университетами и ТНК реального и финансового секторов экономики по всему миру, способствуя таким образом интернационализации процесса профессионального обучения и рынка труда.

Для стран, имеющих относительно невысокий уровень интернационализации производства, развитие и дальнейшая интернационализация национальной системы высшего образования в значительной мере зависит от притока ПИИ, основной объем которых также финансируется ТНК. Инвестиционная деятельность ТНК также ориентирована на высокое качество труда в национальной экономике. При прочих равных условиях ПИИ активно приходят в те страны, в которых увеличивается предложение высококвалифицированного труда и уменьшается доля неквалифицированного труда и наоборот, ПИИ уходят из стран, в которых увеличивается доля неквалифицированного труда или уменьшается предложение высококвалифицированного труда. Следовательно, наличие развитой традиционной (государственной) системы профессионального, прежде всего, высшего образования, является важной предпосылкой создания филиалов ТНК в национальной экономике, развития предпринимательских функций национальных университетов и создания корпоративных образовательных структур.

Таким образом, интернациональный характер современного производства обуславливает необходимость активного сотрудничества традиционных университетов с крупными предприятиями, прежде всего, с ТНК. Такое сотрудничество способствует повышению качества профессионального обучения на основе использования постоянно обновляющихся профессиональных знаний, позволяет своевременно менять профиль подготовки специалистов в соответствии с потребностями рынка труда, повышает вероятность трудоустройства выпускников университетов. В долгосрочном периоде взаимодействие ТНК и системы высшего образования будет способствовать повышению уровня открытости и углублению тенденции интернационализации и конкурентоспособности современной национальной экономики.

В развитых странах уже сложился новый уровень профессионального образования — «корпоративные университеты», дипломы которых имеют более высокий статус и признание на рынке труда, чем дипломы многих традиционных университетов. Можно утверждать, что в дальнейшем сотрудничество корпораций, традиционных и корпоративных университетов будет углубляться, в том числе посредством интернационализации процесса высшего образования.

Для Республики Беларусь актуальным направлением интернационализации системы высшего образования является эффективная включенность в европейское пространство высшего образования на условиях Болонского процесса, а также расширение сотрудничества белорусских университетов с национальными и иностранными предприятиями в области научных исследований и целевой подготовки специалистов.

Список использованной литературы

1. **Плюсы** и минусы Болонского процесса // Вузское образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vuzobr.ru/o-vishem-obrazovanii/167-plysi-i-minusi-bolonskogo-prosesse>. – Дата доступа : 09.05.2017.
2. **Рытов, А. В.** Интернационализация высшего образования Республики Беларусь: проблемы и перспективы / А. В. Рытов // Вышэйшая школа. – 2017. – № 2. – С. 7–9.
3. **Журавков, М.** Обновление национальных стандартов высшего образования – проблемы и задачи / М. Журавков, В. Гайсенюк, С. Романюк, С. Артемьева // Вышэйшая школа. – 2016. – № 4. – С. 3–8.
4. **Шаховская, Л. С.** Интеграционные процессы как необходимое условие развития интеллектуальных ресурсов в системе университетов предпринимательского типа / Л. С. Шаховская, Е. Э. Головчанская // Бел. экон. журнал. – 2016. – № 2. – С. 31–44.
5. **Шимов, В. Н.** Перспективы развития высшей школы Беларуси: поиск ответов на новые вызовы / В. Н. Шимов, Л. М. Крюков // Бел. экон. журнал. – 2015. – № 3. – С. 79–103.

УДК 368.9.06

Г. М. Корженевская (galakorj@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Государственный институт управления
и социальных технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

В статье осуществлен анализ функционирующей системы медицинского страхования, обоснована объективная необходимость ее преобразования, внедрения инноваций с целью изменения ее влияния на развитие национальной экономики.

In article the analysis of the functioning system of medical insurance is carried out, objective need of her transformation, introduction of innovations for the purpose of change of her influence on development of national economy is proved.

Ключевые слова: медицинское страхование; страховые взносы; страховщик; страхователь; договор добровольного медицинского страхования; инновация.

Key words: medical insurance; insurance premiums; insurer; insurer; contract of voluntary health insurance; innovation.

Медицинское страхование – один из действенных механизмов, призванных улучшить обеспечение медицинской помощью населения, как форма защиты интересов населения в охране здоровья медицинское страхование обеспечивает гражданам определенную степень защиты от риска высоких материальных издержек при нехватке собственных средств в случае получения травмы либо заболевания, а также в других случаях, предусмотренных законом либо договором. Медицинское страхование в Республике Беларусь осуществляется в двух формах: (обязательной обязательное медицинское страхование иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь (регламентируется Указом Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. № 530 «О страховой деятельности» и проводится БРУСП «Белгосстрах» и «Белэксимгарант») и добровольной (добровольное страхование медицинских расходов) [1].

Данные о поступлении страховых взносов по обязательному медицинскому страхованию иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь, за 2011–2016 гг. представлены в таблице 1.

Так, с 2011 по 2016 г. наблюдается динамика увеличения страховых взносов по обязательному медицинскому страхованию иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь.

Таблица 1 – Страховые взносы по обязательному медицинскому страхованию (ОМС) иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь, за 2011–2016 гг.

Год	Страховые взносы, млн р.	Удельный вес страховых взносов по ОМС		Темп роста страховых взносов к соответствующему периоду прошлого года, %
		в общей сумме страховых взносов, %	в сумме страховых взносов по обязательным видам страхования, %	
2011	2,077	0,88	1,70	–
2012	3,646	0,84	1,65	175,54
2013	4,527	0,68	1,50	124,16
2014	5,874	0,81	1,76	129,75
2015	7,814	0,95	1,98	133,03
2016	9,122	0,92	2,05	116,74
Примечание – Источник [2].				

Удельный вес страховых взносов по данному виду страхования в 2011–2016 гг. варьируется с 0,68 до 0,95% в общей сумме взносов и с 1,50 до 1,98% в сумме страховых взносов по обязательным видам.

На рисунке 1 показана динамика выплаченного страхового обеспечения по обязательному медицинскому страхованию иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь за 2011–2016 гг.

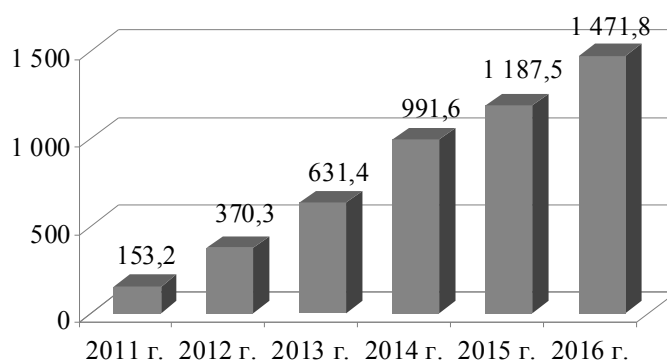


Рисунок 1 – Динамика выплаченного страхового обеспечения по обязательному медицинскому страхованию иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь, за 2011–2016 гг., тыс. р.

Примечание – Источник [2].

На рисунке 2 изображена динамика уровня выплат по обязательному медицинскому страхованию иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь, за 2011–2016 гг.

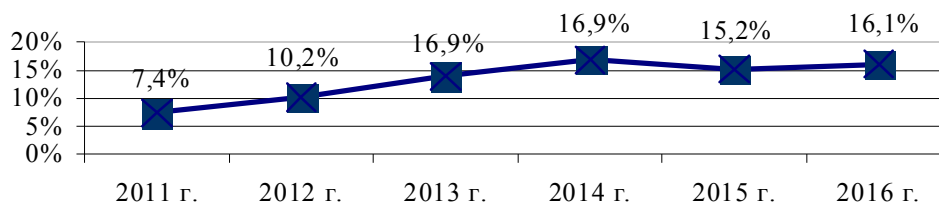


Рисунок 2 – Динамика уровня выплат по обязательному медицинскому страхованию иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь за 2011–2016 гг.

Примечание – Источник [2].

Проведение добровольного страхования медицинских расходов граждан Республики Беларусь регулируется Концепцией добровольного медицинского страхования в Республике Беларусь, Инструкцией о добровольном страховании медицинских расходов от 23 июня 2005 г. № 8/12764 и другими законодательными актами. Данные о поступлении страховых взносов по добровольному страхованию медицинских расходов в Республике Беларусь за 2011–2016 гг. приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Страховые взносы по добровольному страхованию медицинских расходов (ДМС) в Республике Беларусь за 2011–2016 гг.

Год	Страховые взносы, млн р.	Удельный вес страховых взносов по ДМС		Темп роста страховых взносов к соответствующему периоду прошлого года, %
		в общей сумме страховых взносов, %	в сумме страховых взносов по добровольным видам страхования, %	
2011	3,519	1,49	3,08	—
2012	6,940	1,60	3,27	197,22
2013	16,066	2,42	4,42	231,50
2014	20,313	2,80	5,17	126,43
2015	38,028	4,38	8,87	187,21
2016	55,143	5,58	10,17	145,01
Примечание – Источник [2].				

Так, с 2011 по 2016 г. наблюдается положительная динамика страховых взносов по добровольному страхованию медицинских расходов, удельный вес которых увеличивается с 1,49% в 2011 г. до 5,58% в общей сумме страховых взносов в 2016 г. Динамика страхового обеспечения по добровольному страхованию медицинских расходов за 2011–2016 годы отражена на рисунке 3.

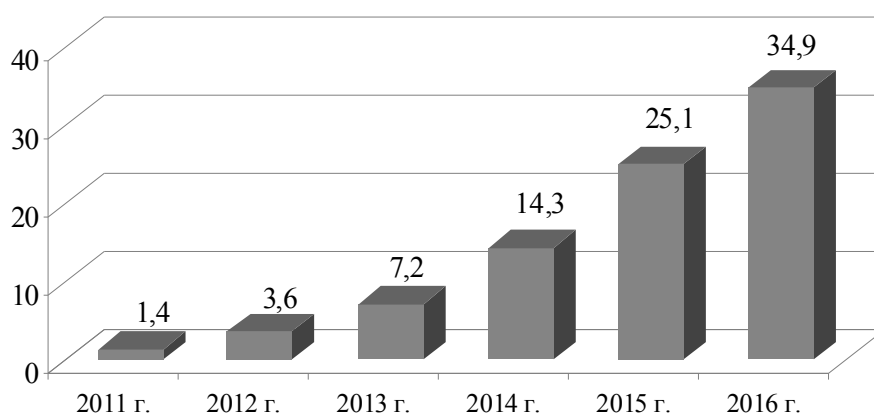


Рисунок 3 – Динамика страхового обеспечения по добровольному страхованию медицинских расходов за 2011–2016 гг., млн р.

Примечание – Источник [2].

По данным за 2016 г. сумма выплат страхового обеспечения по добровольному страхованию медицинских расходов в Республике Беларусь составила 34,9 млн р., что превышает сумму выплат по сравнению с 2011 г. в 25,1 раз.

Уровень выплат по добровольному страхованию медицинских расходов в период с 2011 по 2016 г. как повышался, так и снижался. На рисунке 4 изображена динамика уровня выплат по добровольному страхованию медицинских расходов за 2011–2016 гг.

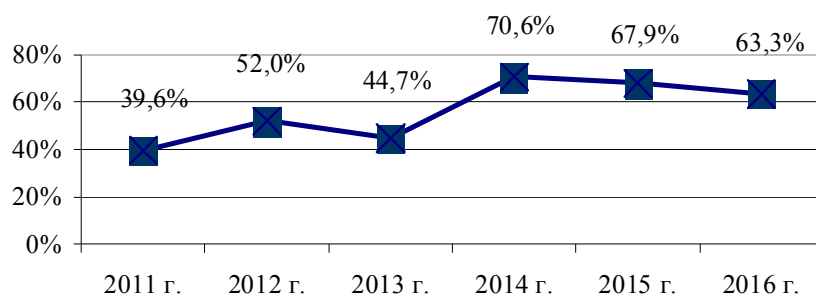


Рисунок 4 – Динамика уровня выплат по добровольному страхованию медицинских расходов за 2011–2016 гг., %

Примечание – Источник [2].

В 2016 г. уровень страховых выплат по добровольному страхованию медицинских расходов составил 63,31%. Анализ страховых выплат показывает, что уровень страховых выплат по ДМС достаточно велик и имеет положительную динамику.

Несмотря на увеличение как размера страховых взносов, так и размера страховых выплат по всем видам медицинского страхования в Республике Беларусь существуют определенные проблемы в развитии данной сферы страхования на страховом рынке Республики Беларусь. Так, нет достаточной конкуренции при осуществлении обязательного иностранцами граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь, так как данный вид страхования осуществляет две страховые компании и, как следствие этого, недостаточно развита страховая инфраструктура.

Дальнейшее развитие обязательного медицинского страхования иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих или временно проживающих в Республике Беларусь, должно быть направлено на совершенствование и развитие законодательной базы, в том числе на преодоление монопольных тенденций (разрешение проводить данный вид страхования частным страховым организациям); повышение качества услуг, предоставляемых застрахованным по обязательному медицинскому страхованию; расширение сферы медицинского ассистанса.

Активное развитие добровольного медицинского страхования в Республике Беларусь позволит застрахованным лицам расширить возможности получения необходимой медицинской помощи; государственным организациям здравоохранения формировать внебюджетные источники финансирования. Кроме того, будут появляться дополнительные возможности для развития частной системы здравоохранения.

Для развития добровольного медицинского страхования необходимо обеспечить:

- разработку программ добровольного страхования медицинских расходов, адаптированных к различным уровням финансовых возможностей страхователей, а также возможностям организаций здравоохранения, расширение аудитории клиентов путем предоставления скидок (как индивидуальных, так и группам лиц);
- привлечение дополнительных финансовых средств в организации здравоохранения для модернизации оборудования, дополнительной подготовки кадров, что должно финансироваться не только за счет государственных средств или средств частных клиник, но и с помощью средств страховых компаний, за которыми закреплено данное медицинское учреждение;
- привлечение потенциальных клиентов созданием рекламных компаний страховыми организациями, представителями медицинских учреждений посредством СМИ, информации, представленной в медицинской литературе, распространения пропагандистских брошюр и др.;
- повышение заинтересованности учреждений здравоохранения (УЗ) в работе со страховыми организациями путем предоставления дополнительных условий и льгот и разработки индивидуального подхода к различным УЗ (в зависимости от их месторасположения, подчиненности, специализации);
- обучение работе с новыми технологиями медицинских кадров (также немаловажным является повышение заинтересованности врачебного персонала в улучшении качества работы путем повышения заработной платы) [3].

Страхование медицина должна базироваться на высокоэффективных, проверенных медицинских технологиях. Оптимизация временных и трудовых затрат на продвижение страховых продуктов, повсеместное развитие дистанционных каналов продаж диктуют необходимость расширения сферы применения информационных технологий в страховании, развитие информационной инфраструктуры, в которой все субъекты системы здравоохранения Республики Беларусь осуществляют взаимодействие через сеть «Интернет», обеспечение возможностей освоения ИТ-решений одновременно всеми пользующимися механизмом электронного полиса сторонами независимо от формы собственности (например, при проверке подлинности электронного страхового полиса медицинскими учреждениями).

Список использованной литературы

1. **О страховой** деятельности : Указ Президента Республики Беларусь от 25 авг. 2006 г. № 530 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2017. – № 1/7866.
2. **Статистические** показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь за 2011–2016 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.minfin.gov.by/supervision/stat.html>. – Дата доступа : 19.05.2017.
3. **Сплетухов, Ю. А.** Направления совершенствования медицинского страхования в стране / Ю. А. Сплетухов // Финансы. – 2011. – № 1. – С. 45–49.

УДК 330.142.212

А. З. Коробкин (kafedra126@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Н. В. Лацкевич (latsk@rambler.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В предложенной статье представлены современные подходы к оценке эффективности использования оборотного капитала в организациях потребительской кооперации с основным видом деятельности «Розничная торговля» с учетом введения новых нормативных правовых актов по учету и составу доходов и расходов организаций.

The proposed article considers modern approaches to estimating productivity of current capital in consumer cooperatives organizations the main activity of which is retail trading in terms of introductory of new regulatory legal acts on income-expenditure accounting and composition of organizations.

Ключевые слова: оборотный капитал; потребительская кооперация; эффективность использования оборотного капитала; система показателей; товарные запасы; доходность; рентабельность.

Key words: current capital; consumer cooperatives; productivity of current capital; system of indicators; trading stock; economic viability; profitability.

Наиважнейшим из ресурсов организаций является оборотный капитал, поэтому качественная и всесторонняя оценка эффективности его использования крайне важна на современном этапе, особенно для организаций потребительской кооперации, многие из которых испытывают серьезные проблемы для успешного развития. К исследованию сущности и оценки экономического потенциала субъектов хозяйствования обращались практически все российские и белорусские ученые-экономисты. Среди них Н. П. Писаренко, К. А. Раицкий, С. Н. Лебедева, Д. А. Панков, Л. Н. Нехорошева, Г. В. Савицкая, В. И. Стражев, А. С. Головачев, Г. Г. Иванов, И. А. Бланк, Л. И. Кравченко, Н. С. Шелег, Р. П. Валевиц, Е. М. Попов, О. А. Пузанкевич, М. И. Баканов, А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин и др. Однако отдельные аспекты, отраженные в статье, не нашли должного отражения в трудах вышеуказанных ученых, что делает ее актуальной. Поэтому целью статьи является освещение современных методических подходов к совершенствованию экономического анализа эффективности использования оборотного капитала в организациях потребительской кооперации с основным видом деятельности «Розничная тор-

говля», в рамках Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года и Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы [1; 2].

В современных условиях с целью углубления экономического анализа экономических ресурсов и достоверности расчетов для организаций потребительской кооперации (областного союза потребительских обществ, областного потребительского общества, районного потребительского общества, филиала областного потребительского общества) целесообразен расчет показателей эффективности использования оборотного капитала в целом по организации (итоговые показатели), а также по отдельным отраслям (видам) деятельности.

В соответствии с изложенным можно выделить следующие группы в системе показателей эффективности использования оборотного капитала:

- обобщающие показатели эффективности использования оборотного капитала;
- показатели эффективности использования оборотного капитала отраслей (видов) деятельности;
- показатели эффективности использования товарных запасов отраслей деятельности.

Источниками информации для определения показателей эффективности является действующая статистическая и бухгалтерская отчетность организаций потребительской кооперации.

В таблице представлена система показателей эффективности использования оборотного капитала организаций потребительской кооперации, порядок и алгоритм их расчета.

Система показателей эффективности использования оборотного капитала организации

Показатели	Порядок расчета
1. Обобщающие показатели эффективности использования оборотного капитала	
1.1. Оборачиваемость оборотного капитала, раз	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала организации}}$
1.2. Емкость оборотного капитала, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала организации}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}$
1.3. Длительность одного оборота оборотного капитала, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала организации}}{(\text{Совокупные доходы (валовая выручка)} : 360)}$
1.4. Рентабельность оборотного капитала, %	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала организации}} \cdot 100$
1.5. Скорость товарного обращения, раз	$\frac{\left(\begin{array}{l} \text{Розничный товарооборот} + \text{Оптовый товарооборот} + \\ + \text{Товарооборот общественного питания} + \\ + \text{Оборот по реализации в заготовках} \end{array} \right)}{\text{Средняя стоимость товарных запасов}}$
1.6. Скорость обращения средств, вложенных в товарные запасы, раз	$\frac{\left(\begin{array}{l} \text{Розничный товарооборот} + \text{Оптовый товарооборот} + \\ + \text{Товарооборот общественного питания} + \\ + \text{Оборот по реализации в заготовках} \end{array} \right)}{\text{Средняя стоимость товарных запасов по покупным ценам}}$
1.7. Емкость товарных запасов, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов}}{\left(\begin{array}{l} \text{Розничный товарооборот} + \text{Оптовый товарооборот} + \\ + \text{Товарооборот общественного питания} + \\ + \text{Оборот по реализации в заготовках} \end{array} \right)}$
1.8. Емкость средств, вложенных в товарные запасы, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов по покупным ценам}}{\left(\begin{array}{l} \text{Розничный товарооборот} + \text{Оптовый товарооборот} + \\ + \text{Товарооборот общественного питания} + \\ + \text{Оборот по реализации в заготовках} \end{array} \right)}$
1.9. Время товарного обращения, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов}}{\left(\begin{array}{l} \text{Розничный товарооборот} + \text{Оптовый товарооборот} + \\ + \text{Товарооборот общественного питания} + \\ + \text{Оборот по реализации в заготовках} \end{array} \right)} : 360$

Продолжение таблицы

Показатели	Порядок расчета
1.10. Время обращения средств в товарных запасах, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов по покупным ценам}}{\left(\begin{array}{l} \text{Розничный товароборот} + \text{Оптовый товароборот} + \\ + \text{Товароборот общественного питания} + \\ + \text{Оборот по реализации в заготовках} \end{array} \right)} : 360$
1.11. Доходность товарных запасов, р.	$\frac{\text{Валовой доход от реализации}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов}}$
1.12. Доходность средств, вложенных в товарные запасы, р.	$\frac{\text{Валовой доход от реализации}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов по покупным ценам}}$
1.13. Рентабельность товарных запасов, %	$\frac{\left(\begin{array}{l} \text{Прибыль от реализации в розничной торговле} + \\ + \text{Прибыль от реализации в оптовой торговле} + \\ + \text{Прибыль от реализации в общественном питании} + \\ + \text{Прибыль от реализации в заготовительной отрасли} \end{array} \right)}{\text{Средняя стоимость товарных запасов}} \cdot 100$
1.14. Рентабельность средств, вложенных в товарные запасы, %	$\frac{\left(\begin{array}{l} \text{Прибыль от реализации в розничной торговле} + \\ + \text{Прибыль от реализации в оптовой торговле} + \\ + \text{Прибыль от реализации в общественном питании} + \\ + \text{Прибыль от реализации в заготовительной отрасли} \end{array} \right)}{\text{Средняя стоимость товарных запасов по покупным ценам}} \cdot 100$
1.15. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала	$\sqrt{\text{стр. 1.1} \cdot \text{стр. 1.4 данной таблицы}}$
1.16. Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов	$\sqrt{\text{стр. 1.5} \cdot \text{стр. 1.13 данной таблицы}}$
2. Показатели эффективности использования оборотного капитала отраслей (видов) деятельности	
2.1. Оборачиваемость оборотного капитала	
2.1.1. Оборачиваемость оборотного капитала текущей деятельности, раз	$\frac{\text{Доходы по текущей деятельности}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала организации}}$
2.1.2. Оборачиваемость оборотного капитала розничной торговли, раз	$\frac{\text{Розничный товароборот}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала розничной торговли}}$
2.1.3. Оборачиваемость оборотного капитала оптовой торговли, раз	$\frac{\text{Оптовый товароборот}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала оптовой торговли}}$
2.1.4. Оборачиваемость оборотного капитала общественного питания, раз	$\frac{\text{Товароборот общественного питания}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала общественного питания}}$
2.1.5. Оборачиваемость оборотного капитала заготовительной отрасли, раз	$\frac{\text{Оборот по реализации в заготовках}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала заготовок}}$
2.1.6. Оборачиваемость оборотного капитала промышленности, раз	$\frac{\text{Выручка от реализации производственной продукции}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала промышленности}}$
2.1.7. Оборачиваемость оборотного капитала других отраслей, раз	$\frac{\text{Выручка от реализации в других отраслях}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала других отраслей}}$
2.2. Емкость оборотного капитала	
2.2.1. Емкость оборотного капитала текущей деятельности, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала организации}}{\text{Доходы по текущей деятельности}}$
2.2.2. Емкость оборотного капитала розничной торговли, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала розничной торговли}}{\text{Розничный товароборот}}$
2.2.3. Емкость оборотного капитала оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала оптовой торговли}}{\text{Розничный товароборот}}$
2.2.4. Емкость оборотного капитала общественного питания, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала общественного питания}}{\text{Товароборот общественного питания}}$
2.2.5. Емкость оборотного капитала заготовительной отрасли, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала заготовок}}{\text{Оборот по реализации в заготовках}}$

Продолжение таблицы

Показатели	Порядок расчета
2.2.6. Емкость оборотного капитала промышленности, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала промышленности}}{\text{Выручка от реализации произведенной продукции}}$
2.2.7. Емкость оборотного капитала других отраслей, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала других отраслей}}{\text{Выручка от реализации в других отраслях}}$
2.3. Длительность одного оборота оборотного капитала	
2.3.1. Длительность одного оборота оборотного капитала текущей деятельности, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала организации}}{(\text{Доходы по текущей деятельности} : 360)}$
2.3.2. Длительность одного оборота оборотного капитала розничной торговли, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала розничной торговли}}{(\text{Розничный товарооборот} : 360)}$
2.3.3. Длительность одного оборота оборотного капитала оптовой торговли, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала оптовой торговли}}{(\text{Оптовый товарооборот} : 360)}$
2.3.4. Длительность одного оборота оборотного капитала общественного питания, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала общественного питания}}{(\text{Товарооборот общественного питания} : 360)}$
2.3.5. Длительность одного оборота оборотного капитала заготовок, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала заготовок}}{(\text{Оборот по реализации в заготовках} : 360)}$
2.3.6. Длительность одного оборота оборотного капитала промышленности, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала промышленности}}{(\text{Выручка от реализации произведенной продукции} : 360)}$
2.3.7. Длительность одного оборота оборотного капитала других отраслей, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость оборотного капитала других отраслей}}{(\text{Выручка от реализации в других отраслях} : 360)}$
2.4. Рентабельность оборотного капитала	
2.4.1. Рентабельность оборотного капитала текущей деятельности, %	$\frac{\text{Прибыль от текущей деятельности}}{\text{Доходы по текущей деятельности}}$
2.4.2. Рентабельность оборотного капитала розничной торговли, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в розничной торговле}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала розничной торговли}} \cdot 100$
2.4.3. Рентабельность оборотного капитала оптовой торговли, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в оптовой торговле}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала оптовой торговли}} \cdot 100$
2.4.4. Рентабельность оборотного капитала общественного питания, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в общественном питании}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала общественного питания}} \cdot 100$
2.4.5. Рентабельность оборотного капитала заготовок, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в заготовительной отрасли}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала заготовок}} \cdot 100$
2.4.6. Рентабельность оборотного капитала промышленности, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в промышленности}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала промышленности}} \cdot 100$
2.4.7. Рентабельность оборотного капитала других отраслей, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в других отраслях}}{\text{Средняя стоимость оборотного капитала других отраслей}} \cdot 100$
2.5. Интегральные показатели эффективности использования оборотного капитала	
2.5.1. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала текущей деятельности	$\sqrt{\text{стр. 2.1.1} \cdot \text{стр. 3.1.1 данной таблицы}}$
2.5.2. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала розничной торговли	$\sqrt{\text{стр. 2.1.2} \cdot \text{стр. 3.1.2 данной таблицы}}$
2.5.3. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала оптовой торговли	$\sqrt{\text{стр. 2.1.3} \cdot \text{стр. 3.1.3 данной таблицы}}$
2.5.4. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала общественного питания	$\sqrt{\text{стр. 2.1.4} \cdot \text{стр. 3.1.4 данной таблицы}}$

Продолжение таблицы

Показатели	Порядок расчета
2.5.5. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала заготовительной отрасли	$\sqrt{\text{стр. 2.1.5} \cdot \text{стр. 3.1.5 данной таблицы}}$
2.5.6. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала производства	$\sqrt{\text{стр. 2.1.6} \cdot \text{стр. 3.1.6 данной таблицы}}$
2.5.7. Интегральный показатель эффективности использования оборотного капитала других отраслей	$\sqrt{\text{стр. 2.1.7} \cdot \text{стр. 3.1.7 данной таблицы}}$
3. Показатели эффективности использования товарных запасов отраслей деятельности и средств, вложенных в товарные запасы	
3.1. Скорость товарного обращения и средств, вложенных в товарные запасы	
3.1.1. Скорость товарного обращения в розничной торговле, раз	$\frac{\text{Розничный товароборот}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли}}$
3.1.2. Скорость товарного обращения в оптовой торговле, раз	$\frac{\text{Оптовый товароборот}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли}}$
3.1.3. Скорость товарного обращения в общественном питании, раз	$\frac{\text{Товароборот общественного питания}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания}}$
3.1.4. Скорость товарного обращения в заготовках, раз	$\frac{\text{Оборот по реализации в заготовках}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок}}$
3.1.5. Скорость обращения средств, вложенных в товарные запасы розничной торговли, раз	$\frac{\text{Розничный товароборот}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли по покупным ценам}}$
3.1.6. Скорость обращения средств, вложенных в товарные запасы оптовой торговли, раз	$\frac{\text{Оптовый товароборот}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли по покупным ценам}}$
3.1.7. Скорость обращения средств, вложенных в товарные запасы общественного питания, раз	$\frac{\text{Товароборот общественного питания}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания по покупным ценам}}$
3.1.8. Скорость обращения средств, вложенных в товарные запасы заготовок, раз	$\frac{\text{Оборот по реализации в заготовках}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок по покупным ценам}}$
3.2. Емкость товарных запасов и средств, вложенных в товарные запасы	
3.2.1. Емкость товарных запасов розничной торговли, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли}}{\text{Розничный товароборот}}$
3.2.2. Емкость товарных запасов оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли}}{\text{Оптовый товароборот}}$
3.2.3. Емкость товарных запасов общественного питания, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания}}{\text{Товароборот общественного питания}}$
3.2.4. Емкость товарных запасов заготовок, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок}}{\text{Оборот по реализации в заготовках}}$
3.2.5. Емкость средств, вложенных в товарные запасы розничной торговли, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли по покупным ценам}}{\text{Розничный товароборот}}$
3.2.6. Емкость средств, вложенных в товарные запасы оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли по покупным ценам}}{\text{Оптовый товароборот}}$
3.2.7. Емкость средств, вложенных в товарные запасы общественного питания, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания по покупным ценам}}{\text{Товароборот общественного питания}}$

Продолжение таблицы

Показатели	Порядок расчета
3.2.8. Емкость средств, вложенных в товарные запасы заготовок, р.	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок по покупным ценам}}{\text{Оборот по реализации в заготовках}}$
3.3. Время товарного обращения и средств, вложенных в товарные запасы	
3.3.1. Время товарного обращения в розничной торговле, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли}}{\text{(Розничный товарооборот : 360)}}$
3.3.2. Время товарного обращения в оптовой торговле, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли}}{\text{(Оптовый товарооборот : 360)}}$
3.3.3. Время товарного обращения в общественном питании, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания}}{\text{(Товарооборот общественного питания : 360)}}$
3.3.4. Время товарного обращения в заготовках, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок}}{\text{(Оборот по реализации в заготовках : 360)}}$
3.3.5. Время обращения средств, вложенных в товарные запасы розничной торговли, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли по покупным ценам}}{\text{(Розничный товарооборот : 360)}}$
3.3.6. Время обращения средств, вложенных в товарные запасы оптовой торговли, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли по покупным ценам}}{\text{(Оптовый товарооборот : 360)}}$
3.3.7. Время обращения средств, вложенных в товарные запасы общественного питания, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания по покупным ценам}}{\text{(Товарооборот общественного питания : 360)}}$
3.3.8. Время обращения средств, вложенных в товарные запасы заготовок, дней	$\frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок по покупным ценам}}{\text{(Оборот по реализации в заготовках : 360)}}$
3.4. Доходность товарных запасов и средств, вложенных в товарные запасы	
3.4.1. Доходность товарных запасов розничной торговли, р.	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в розничной торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли}}$
3.4.2. Доходность товарных запасов оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в оптовой торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли}}$
3.4.3. Доходность товарных запасов общественного питания, р.	$\frac{\text{Валовой доход общественного питания}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания}}$
3.4.4. Доходность товарных запасов заготовок, р.	$\frac{\text{Валовой доход заготовительной отрасли}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок}}$
3.4.5. Доходность средств, вложенных в товарные запасы розничной торговли, р.	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в розничной торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли по покупным ценам}}$
3.4.6. Доходность средств, вложенных в товарные запасы оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в оптовой торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли по покупным ценам}}$
3.4.7. Доходность средств, вложенных в товарные запасы общественного питания, р.	$\frac{\text{Валовой доход общественного питания}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания по покупным ценам}}$
3.4.8. Доходность средств, вложенных в товарные запасы заготовок, р.	$\frac{\text{Валовой доход заготовительной отрасли}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок по покупным ценам}}$
3.5. Рентабельность товарных запасов и средств, вложенных в товарные запасы	
3.5.1. Рентабельность товарных запасов розничной торговли, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в розничной торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли}} \cdot 100$
3.5.2. Рентабельность товарных запасов оптовой торговли, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в оптовой торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли}} \cdot 100$

Окончание таблицы

Показатели	Порядок расчета
3.5.3. Рентабельность товарных запасов общественного питания, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в общественном питании}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания}} \cdot 100$
3.5.4. Рентабельность товарных запасов заготовок, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в заготовительной отрасли}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок}} \cdot 100$
3.5.5. Рентабельность средств, вложенных в товарные запасы розничной торговли, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в розничной торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов розничной торговли по покупным ценам}} \cdot 100$
3.5.6. Рентабельность средств, вложенных в товарные запасы оптовой торговли, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в оптовой торговле}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов оптовой торговли по покупным ценам}} \cdot 100$
3.5.7. Рентабельность средств, вложенных в товарные запасы общественного питания, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в общественном питании}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов общественного питания по покупным ценам}} \cdot 100$
3.5.8. Рентабельность средств, вложенных в товарные запасы заготовок, %	$\frac{\text{Прибыль от реализации в заготовительной отрасли}}{\text{Средняя стоимость товарных запасов заготовок по покупным ценам}} \cdot 100$
3.6. Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов	
3.6.1. Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов розничной торговли	$\sqrt{\text{стр. 3.1.1} \cdot \text{стр. 3.5.1 данной таблицы}}$
3.6.2. Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов оптовой торговли	$\sqrt{\text{стр. 3.1.2} \cdot \text{стр. 3.5.2 данной таблицы}}$
3.6.3. Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов общественного питания	$\sqrt{\text{стр. 3.1.3} \cdot \text{стр. 3.5.3 данной таблицы}}$
3.6.4. Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов заготовок	$\sqrt{\text{стр. 3.1.4} \cdot \text{стр. 3.5.4 данной таблицы}}$

Таким образом, применение предложенной в статье системы показателей позволит повысить уровень аналитической работы в организациях потребительской кооперации, выявить неиспользованные резервы увеличения ее эффективности, тем самым улучшив их финансовое состояние и конкурентные позиции на рынке.

Список использованной литературы

1. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : утв. постановлением правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2017.
2. **Национальная** стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года : одобрена на заседании Президиума Совета Министров Респ. Беларусь от 10 февр. 2015 г. // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
3. **Об утверждении** национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность», внесении дополнения и изменений в постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30 июня 2014 г. № 46 и признании утратившими силу постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 31 октября 2011 г. № 111 и отдельных структурных элементов некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 12 дек. 2016 г. № 104 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ АУТСТАФФИНГА В ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Статья посвящена исследованию использования аутстаффинга в жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ). Рассматривается сущность и значение аутстаффинга, его отличия от аутсорсинга, текущий уровень и перспективы развития.

Article is devoted to a research of use of outstaffing in the housing and communal services (HCS). The entity and value of outstaffing, its difference from outsourcing, the current level and perspectives of development is considered.

Ключевые слова: аутстаффинг; аутсорсинг; компания-аутстаффер; аутстаффинг в жилищно-коммунальном хозяйстве.

Key words: outstaffing; outsourcing; the company-autstaffer; outstaffing in housing and communal services.

Часто современные компании ищут способ сокращения своих расходов на персонал. Особенно это актуально для тех организаций, штат сотрудников которых весьма невелик. Аутстаффинг в жилищно-коммунальном хозяйстве – это тоже не редкость. Организации жилищно-коммунального сектора предпочитают выводить работников за штат в тех ситуациях, когда это экономически оправдано. В случае применения метода аутстаффинга можно более эффективно распределить бюджет, сконцентрировавшись на основной деятельности организации [1].

Аутстаффинг – это термин, пришедший с Запада. Его главным предназначением всегда было сокращение издержек, которые связаны в организации с содержанием штата специалистов. Речь идет не только об оплате труда, но и об административных расходах [1; 2].

Безусловно, есть и другие способы оптимизации затрат на персонал организации, но они имеют множество минусов:

- страдает комфорт в работе;
- нарушается либо не формируется корпоративная культура компании;
- отсутствует благоприятный внутренний микроклимат [3].

Аутстаффинг бывает необходим в двух случаях:

- для того, чтобы привлечь дополнительных сотрудников для временных работ (разовых или сезонных);
- для того, чтобы вывести имеющихся специалистов за штат.

Способ организации взаимодействия с персоналом, называемый аутстаффингом, подразумевает наличие компании-провайдера, т. е. того субъекта, который предоставляет организации работников. Сам факт такой сделки оформляется договором оказания услуг между компаниями, а заключения гражданско-правовых или трудовых договоров с работниками не требуется. В итоге принимающая фирма не выплачивает сотрудникам зарплату, не начисляет налоги, не оформляет кадровую документацию, но при этом имеет специалистов для осуществления своих производственных задач [3; 4].

Базовое различие между аутсорсингом и аутстаффингом состоит в том, что аутсорсинг подразумевает поручение компании-провайдеру целого сегмента деятельности, т. е. речь не идет о привлечении отдельных специалистов, как в случае с аутстаффингом. Компании-аутсорсеру передается отдельная производственная функция или бизнес-процесс, который не является для организации профильным. Так, на аутсорсинг может быть отдана бухгалтерия. В этом смысле организации не важно, какими силами будут осуществляться бухгалтерские услуги в привлеченной аутсорсинговой компании. Главное – это результат. Организация может поручить на аутсорсинг отдельную функцию, например, подбор кадров. При этом все остальные работы по-прежнему будут выполнять штатные сотрудники организации.

В соответствии с аутстаффингом приглашение сотрудника осуществляется от компании-аутстаффера. Сотрудник от компании-аутстаффера работает так, словно он кадровый специалист организации, но в штат он не принимается. К примеру, организации нужен бухгалтер. Компания-аутстаффер предоставляет организации специалиста, который будет осуществлять

работу в бухгалтерии. В любой момент можно проверить работу сотрудника компании и подкорректировать задание. В случае аутсорсинга подобный контроль осуществляться не может. В этом есть минус, но он небольшой, так как на стадии заключения договора аутсорсинга необходимо быть уверенным, что это компания, которой можно доверять, и ее специалисты не подведут. Плюс же аутсорсинга в том, что документы передаются в другую фирму, работа ведется на территории сторонней организации, а организация-наниматель экономит средства на содержание рабочих мест, освобождая столь ценные для себя корпоративные ресурсы. Иными словами, целью аутстаффинга является привлечение конкретного специалиста, который будет осуществлять одну или несколько функций в организации, а задача аутсорсинга состоит в поручении сегмента деятельности другой компании. И там ее может выполнять как один человек, так и несколько специалистов.

Аутстаффинг в ЖКХ, как и в любой другой сфере, возможен и желателен только в отношении тех сотрудников, которые выполняют вспомогательные операции и обеспечивают нормальную работу штатного персонала.

Основные функции, которые можно поручить аутстафферам, следующие:

- прогрузочно-разгрузочные работы;
- уборка помещений и территорий;
- прочие работы, не требующие квалификации и опыта;
- кассу;
- кадровое сопровождение;
- бухгалтерский учет, складскую работу.

Компания-аутстаффер предоставляет в пользование сотрудника, который будет выполнять необходимую функцию. И организации не потребуется тратить свои усилия на его кадровое оформление, адаптацию в коллективе, мотивацию и прочие проблемы.

Использование арендованных специалистов в ЖКХ возможно в том случае, когда на территории организации необходимо обеспечить ведение трудовой деятельности, однако сотрудников ни в коем случае нельзя включать в штат. Рассмотрим ситуации кадрового аутстаффинга:

- Организация вынуждена сокращать расходы на зарплату и налоги, с ней связанные.
- Работодателю невыгодно или неудобно заниматься оформлением кадровой документации, ведением делопроизводства, а также вести зарплатную бухгалтерию. В то же время организация не хочет подвергать себя вероятности нарушения трудового или налогового законодательства.

- Организация решила принять на работу иностранцев, однако отслеживать их миграционные документы не имеет возможности, и, кроме того, не планировала брать еще одного бухгалтера либо кадрового работника в штат для обслуживания труда этой категории специалистов.

- Организация хочет полностью обезопасить себя от рисков, связанных с нарушением законодательства. В связи с этим работодатель может решить переложить часть ответственности за персонал на компанию-аутстаффера. Привлечение штатных специалистов в ЖКХ освобождает управляющие компании от обязательств перед трудовой и налоговой инспекциями и другими контролирующими органами, так как юридически за работников отвечает организация-аутстаффер.

- Работодателю важно сохранить максимальное число штатных сотрудников, чтобы не выйти за рамки предписанных для «упрощенки» требований.

- Организация испытывает нужду во временных кадрах либо хочет проверить их работоспособность, не принимая в штат. Чтобы не оформлять срочный трудовой договор или соглашение с испытательным сроком, можно прибегнуть к услугам аутстаффера.

- Организация заинтересована в привлечении к работе специалиста, находящегося в другом регионе страны, но в планах компании отсутствует открытие филиалов и представительств.

Плюсы аутстаффинга для работодателя следующие:

- отказ от ведения кадрового учета полностью или частично, освобождение от необходимости оформления соответствующей документации по трудоустройству специалиста, отчисления части налогов ведет к снижению расходов у работодателя;

- отказ от поиска подходящих кадров и разработки системы их мотивирования с целью удержания и других подобных задач также сокращает затраты нанимателя;

- отсутствие проблемы кадровой текучки;

- при необходимости принять работников на определенный период времени организация не обязана оформлять их в штат;
- у организации не возникает проблем с подбором кадров на непопулярные вакансии;
- юридическую ответственность за работников несет компания-аутстаффер;
- отсутствие проблем с оформлением штатного расписания (в нем могут фигурировать только те должности, в которых организация действительно имеет нужду);
- нет необходимости ухода с упрощенной системы налогообложения только из-за превышения лимита работников;
- организация с оптимизированными расходами на персонал становится более привлекательной в глазах инвесторов;
- отсутствие опасности проверки сторонних служб, а следовательно, и проблем, которые могут возникнуть по итогам таких инспекций.

Минусы аутстаффинга для работодателя следующие:

- отсутствие лояльности у работников, привлеченных из компании-аутстаффера;
- аутстаффинг в ЖКХ, как и в других сферах, не подразумевает мотивации и профессионального роста сотрудников, числящихся в сторонней компании;
- любой вид привлечения нештатных специалистов, в том числе аутстаффинг в ЖКХ, исключает возможность надлежащего контроля над тем, как выполняют свою функцию эти сотрудники (например, такая проблема возникает при частой смене менеджеров у компании-провайдера);
- всегда остается сомнение в том, начнет ли нештатный специалист свою работу вовремя, успеет ли ее окончить в срок и потрудится ли с надлежащим качеством.

Аутстаффинг в ЖКХ возможен в двух вариантах:

1. Работодатель выводит за штат отдельных сотрудников.

В этом случае работодатель оформляет увольнение своего кадрового специалиста. Освобожденного от должности сотрудника сразу же зачисляют в организацию, занимающуюся аутстаффингом персонала. Без временных разрывов компания-провайдер предоставляет специалиста на прежнее место его работы.

2. Наниматель ищет новых работников, которых не хочет принимать в штат.

Поиск новых сотрудников через аутстаффера происходит в случаях:

- если в организации образовывается вакансия, но нет возможности или желания оформлять нового сотрудника в штат;
- в компании появляется нужда в работнике определенной специальности, квалификации (но в штате не заложена подобная единица, поэтому организация обращается к провайдеру).

Несмотря на относительную новизну появления данного института, аутстаффинг в ЖКХ способен принести реальную пользу и оптимизировать решение многих бизнес-задач. Пиковые периоды спроса на персонал вне штата – кризисные моменты в экономике. Такая статистика подтверждает, что аутстаффинг помогает регулировать сложности в сфере управления организацией и правильного расходования средств.

Список использованной литературы

1. **Рутицкая, В.** Антикризисное управление: HR-аспекты / В. Рутицкая, Л. Сирик. – М., 2015. – 114 с.
2. **Сафарова, Е. Ю.** Аутстаффинг, аутсорсинг, лизинг персонала. Новые технологии бизнеса. Простыми словами о сложных материях / Е. Ю. Сафарова. – М. : Приор-издат, 2015. – С. 125–128.
3. **Заемный труд:** pro или contra. Исследование ГУ ВШЭ и компании Adecco (апрель 2013) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.hrpuls.ru/2013/04>. – Дата доступа : 27.07.2017.
4. **Аникин, Б. А.** Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента / Б. А. Аникин, И. Л. Рудая. – М. : Инфра-М, 2013. – С. 63–65.

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ ЮВЕЛИРНЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В данной статье рассмотрены тенденции развития интернет-торговли ювелирными украшениями в Российской Федерации. Выявлены лидеры данной формы торговли, определены причины и источники роста посещаемости их сайтов. На основании собранной первичной и вторичной информации определены перспективы развития электронной торговли ювелирными изделиями в России на ближайший период.

This article describes the trends of e-Commerce of jewelry in the Russian Federation. Identified leaders in this form of trade, determined the reasons and sources of growth in attendance of their sites. Based on the collected primary and secondary information is defined prospects of development of e-Commerce jewellery business in Russia for the coming period.

Ключевые слова: ювелирные изделия; рынок; спрос; интернет-торговля; интернет-магазины; ассортимент.

Key words: jewellery; market; demand; e-Commerce; online shopping; range.

Ювелирные изделия принято относить к предметам роскоши. Маркетинговую полезность ювелирных украшений связывают с красотой, которая вызывает у обладателя этих изделий положительные эмоции. Однако не менее важным мотивом приобретения ювелирных изделий является чувство престижа.

У многих людей, владеющих уникальными и дорогими украшениями, создается ощущение жизненного успеха и собственной исключительности. Кроме того, ювелирные украшения могут убеждать владельца в превосходстве над окружающими или вызывать чувство зависти.

Важной характеристикой ювелирных изделий является тот факт, что при их приобретении в той или иной мере присутствуют инвестиционные и тесаврационные мотивы. Данные мотивы при приобретении дешевых и дорогих ювелирных изделий играют разную роль, однако их значение во многом определяется общеэкономической конъюнктурой [1].

Еще одной существенной особенностью ювелирных изделий является тот факт, что в некоторых странах приобретение определенных ювелирных украшений является укоренившейся традицией. Например, обязательным атрибутом бракосочетания в США считают обручальные кольца с бриллиантами. В Японии традиционной считается покупка ювелирных украшений деловыми женщинами, добившимися определенных успехов в трудовой карьере [2].

Уникальностью ювелирных изделий является то, что у них практически отсутствуют непосредственные конкуренты. В некоторых ситуациях средства, направляемые на покупку ювелирных украшений, могут тратиться на приобретение других товаров длительного пользования, а также в инвестиции. Однако товаров, непосредственно заменяющих ювелирные украшения, совсем немного, к ним можно отнести, например, дорогие часы.

Спрос на предметы роскоши растет с увеличением уровня доходов населения. В свое время шведский экономист Л. Торнквист предложил эмпирическую модель, показывающую математическую зависимость спроса на предметы роскоши от размера личного дохода.

Согласно модели Торнквиста, рост объемов потребления предметов роскоши при достижении порогового значения дохода не останавливается, а стремится к достижению показателя единичной эластичности.

Рынок, на котором эластичность покупательского спроса по доходу не зависит от последнего, принято назвать зрелым. На таких рынках обычно потребление ювелирных украшений не только значительно по объемам, но и имеет длительную историю, а потребители на про-

тяжении длительного времени демонстрируют стабильно высокий уровень доходов. Зрелыми рынками ювелирных украшений принято считать рынок США, Японии и Евросоюза.

На незрелых рынках, на которых доходы населения лишь недавно превысили пороговые значения потребления ювелирных изделий, эластичность спроса по доходам может быть очень высокой. К незрелому рынку можно отнести и рынок ювелирных изделий России. Так, в 2014 г., когда начали проявляться первые сигналы ухудшения финансово-экономической ситуации роста объема продаж ювелирных украшений стал опережать темпы роста денежных доходов. Это связано с тем, что российские граждане активно переводили рублевые сбережения в драгоценности. По итогам 2014 г. объем продаж ювелирных изделий вырос как в натуральном, так и в рублевом измерении, поскольку приобретение ювелирных украшений воспринималось многими россиянами как один из видов долгосрочного инвестирования.

Сокращение объема спроса на ювелирные изделия вынуждает представителей отрасли оптимизировать расходы на содержание торговых объектов. Ювелирные торговые сети начали закрывать неэффективные магазины еще в 2014 г. Тем не менее оптимизация расходов на содержание торговой сети этим не ограничилась. Сейчас торговыми сетями ставится задача снижения издержек имеющихся торговых точек за счет:

- сокращения площади салонов (за последние два года средний размер салона уменьшился в 1,5–2 раза);
- снижения товарных запасов путем оптимизации товарных остатков и сужение ассортимента;
- повышения эффективности выкладки ювелирных украшений (многие магазины переходят к выделению отдельных бренд-зон с композиционным оформлением, которые, как правило, разрабатывают производители украшений).

В настоящее время можно выделить два основных розничных канала продаж:

- стационарная розница (розничные торговые сети и независимые магазины);
- дистанционная розница (внемагазинная торговля (телемагазины, интернет-магазины).

Однако самым популярным местом покупки в крупных городах остаются магазины федеральных торговых сетей.

До 2011 г. рост рынка ювелирных изделий в целом превышал рост торговых сетей в абсолютном выражении, ведь их доля была еще не столь значительна. В последующие годы сети развивались высокими темпами и этот бурный процесс происходил за счет вытеснения неконкурентоспособных форматов торговли. Негативные тренды 2015 г. в виде нехватки оборотных средств, сокращения объемов кредитования, падения потребительского спроса заморозили развитие практически всех ведущих сетей ювелирных магазинов и привели на грань банкротства ряд крупных торговых сетей.

Основной формой внемагазинной торговли ювелирными изделиями в настоящее время становятся интернет-магазины. Данный формат торговли предполагает проведение транзакции вне стационарного магазина, что может быть истолковано как прямое нарушение законодательства. В связи с чем большая часть ювелирных компаний предпочитает развивать гибридную форму взаимодействия, когда клиент может выбрать и заказать понравившийся ему товар дистанционно, но получить и оплатить его он может только в розничном салоне или пункте выдачи. Тем не менее это не мешает интернет-торговле рассматриваться в качестве основного инструмента увеличения продаж на рынке ювелирных изделий.

Согласно результатам исследований компании Euromonitor International, в 2016 г. наибольшие объемы продаж в категории «личные аксессуары» приходились на ювелирные изделия. Общемировой уровень продаж ювелирных украшений оценивается в 316 млрд долл. США.

Темп роста объема продаж в 2016 г. по отношению к 2015 г. составил 3%. Увеличение объема реализации ювелирных украшений, включающих также бижутерию и изысканные драгоценные изделия, в системе онлайн-продаж составило 15%. По прогнозам экспертов Euromonitor International, в следующие пять лет ежегодные темпы роста продаж составят 4%, тем самым достигнув в 2021 г. объема в 633 млрд долл. США.

Несмотря на то, что в России наиболее обеспеченные граждане склонны приобретать драгоценности в бутиках или специализированных ювелирных магазинах, в 2015 г. также наблюдается тенденция роста продаж посредством сети «Интернет». По сравнению с 2014 г. доля людей, покупающих ювелирные изделия в интернет-магазинах, увеличилась на 5 процентных пунктов.

Модели поведения потребителей в ювелирных интернет-магазинах отличаются от поведения в стационарных магазинах. Можно выделить несколько типов потребителей:

- Осведомленные и подготовленные – разыскивают определенную модель украшения (материал, тип вставки, внешний вид), при этом понимают, что именно они хотят, каков уровень цен на такие изделия, выбирают лучшую цену, готовы к покупке.

- Покупающие для подарка – сезонный тип потребителей. Чаще всего, мужчины. Ищут определенный тип украшения (либо украшение на определенную сумму), охотно пользуются услугами консультанта. Готовы к покупке, при этом довольно высока вероятность возврата (обмена) купленного изделия.

- Молодежная аудитория (до 25 лет) – менее консервативна, обладает большим опытом приобретения различных товаров в интернет-магазинах, при этом более ограничена в средствах. Часто приходит из социальных сетей. Требуется время на подготовку к покупке, при этом высока чувствительность к различным методикам вовлечения посредством SMM.

По оценке компании Synovate Comcon, увеличение доли покупателей ювелирных изделий в сети «Интернет» можно объяснить увеличением общего количества интернет-магазинов, реализующих ювелирные украшения, а также более широким выбором украшений, представленных в онлайн-торговле.

По данным исследований компании Data Insight, спрос на ювелирные товары в Интернете в кризис снизился меньше, чем на другие товары. Суммарная посещаемость сайтов, специализирующихся на реализации ювелирных изделий сократилась на 3%. В то время как медианная посещаемость данной категории сайтов выросла на 3%. Данные тенденции свидетельствуют о снижении уровня концентрации рынка интернет-торговли ювелирными изделиями [3].

Средний чек ювелирных интернет-магазинов находится на уровне 10 тыс. р., на 2 тыс. р. выше уровня нижней границы покупок в стационарных магазинах. Согласно данным Data Insight, в интернет-магазине Московского ювелирного завода средний чек составил 16 455 р., что на 26% больше показателя прошлого года. Темп роста объема продаж в интернет-магазине сети «Адамас» в 2015 г. составил 60%.

Общий объем интернет-торговли ювелирными изделиями относительно невелик. По оценке компании InSales, в 2014 г. он составлял 2,8 млрд р., что в 50 раз меньше показателя лидера продаж – бытовой техники. В то же самое время темпы роста ювелирного сегмента составили 25%, что выше аналогичных показателей лидеров интернет-торговли. Основной причиной, сдерживающей развитие данной области в России, специалисты считают высокую степень государственного регулирования ювелирного рынка [4].

Согласно статистике InSales, в настоящее время в данном сегменте электронной коммерции работает порядка 800 предприятий, которые можно разделить на две категории:

- специализированные интернет-магазины;
- интернет-гипермаркеты, имеющие ассортиментную группу «ювелирные изделия».

Специализированные интернет-магазины в свою очередь также могут относиться к нескольким разным категориям: интернет-магазины крупных розничных сетей, а также мультибрендовые магазины, работающие преимущественно через Интернет и открывшие розничные точки в дополнение к сетевым магазинам для привлечения дополнительной аудитории.

Наиболее крупным гипермаркетом широкого профиля, работающим с ювелирным ассортиментом, может считаться wildberries.ru, предлагающий более 26 000 наименований ювелирных изделий. Успеху гипермаркета и расширению данной ассортиментной группы, способствовала бизнес-модель, позволяющая покупателям примерить заказ и при желании отказаться от него, в пункте самовывоза или при доставке. Большая часть представленных изделий относится к сегменту «эконом» и «средний» (серебро, облегченное золото). Магазин реализует только ассортимент, имеющийся в наличии на собственном складе, что существенно увеличивает оперативность, но снижает гибкость предложения.

Наиболее широкий ассортимент украшений представляет интернет-магазин nebo.ru, предлагающий более 36 000 наименований ювелирных изделий. Применяемая здесь система позволяет оперативно отслеживать наличие продукции у партнеров и выполнять заказ непосредственно с их складов. Благодаря данной системе магазин может предложить широкий ассортимент товаров высокой ценовой категории. Существенным недостатком данного интернет-магазина является отсутствие системы самовывоза, что для некоторых клиентов снижает уровень доверия к продавцу.

Магазин karatov.ru, несмотря на блокировку сайта в России, продолжил работу, переехав в доменную зону .com. Более 90% продукции, представленной в интернет-магазине, – это продукция собственного производства. Ассортимент сайта соответствует складской программе завода-изготовителя. Активно развивающаяся розничная сеть «Линии любви» позволяет приобрести выбранное украшение в порядке самовывоза за наличный расчет.

Анализ посещаемости интернет-магазинов, специализирующихся на реализации ювелирных изделий, на основе общедоступной метрики сервиса Alexa.com показывает, что самым популярным интернет-магазином является sunlight.net. По состоянию на 1 февраля 2017 г. данный интернет-магазин находился на 618-м месте по посещаемости в России среди всех сайтов. Данный сайт в 2016 г. продемонстрировал наилучшую динамику развития, выйдя в лидеры всего за полгода.

Второе место по посещаемости среди ювелирных интернет-магазинов по данным Alexa.com занимает sokolov.ru. В России данный интернет-магазин занимает 2 256-е место. Лишь на третьем месте находится лидер прошлых лет интернет-магазин adamas.ru. За прошедший год данный интернет-магазин потерял в российском рейтинге Alexa более 300 позиций [5].

Активный прирост трафика интернет-магазинов во многом обусловлен их активным продвижением в социальных сетях. Самая большая численность подписчиков у сообщества SOKOLOV в социальной сети «ВКонтакте» насчитывает более полутора миллиона участников. Сообщество основного конкурента в данной социальной сети Sunligh составляет около миллиона участников. Наибольшую вовлеченность пользователей в контент сообществ в 2016 г. демонстрирует SOKOLOV, где на 1000 подписчиков в среднем приходится 16 проявлений активности со стороны аудитории.

Большие перспективы развития интернет-торговли ювелирными украшениями связаны с развитием сети Instagram. Высокую вовлеченность в сети Instagram обеспечивает сама продукция: привлекая внимание подписчиков, она вызывает интерес и соответствующие вопросы о стоимости, производственных характеристиках и личные отзывы с опытом о покупке. Наибольшую активность в этой быстрорастущей социальной сети также демонстрирует ювелирная компания SOKOLOV, которая на данный момент уже имеет около 250 000 подписчиков.

В условиях сокращения реальных денежных доходов населения, перспективы увеличения продаж ювелирных изделий в основном связаны с сегментом средней и нижней ценовой категории. Проникновение Интернета и развитие социальных сетей создают благоприятные условия для более эффективного охвата данных сегментов рынка ювелирных изделий. В связи с этим, в ближайшее время в России можно прогнозировать дальнейшее увеличение онлайн-продаж ювелирных изделий.

Список использованной литературы

1. **Современный** экономический словарь / Б. А. Райзберг [и др.]. – М. : Инфра-М, 1997.
2. **Даешь** бриллианты! // Ювелирный мир. – № 3. – 2011. – С. 68.
3. **Сайт** агентства Data Insight [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.datainsight.ru/EMCommerceDay2016>. – Дата доступа : 25.08.2017.
4. **Исследование** посещаемости интернет-магазинов различных тематик // Аналитический портал рынка web-разработок [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.research.cmsmagazine.ru/attendance-research/>. – Дата доступа : 28.08.2017.
5. **Сайт** общедоступной интернет-статистики компании Amazon.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.alexa.com/siteinfo/>. – Дата доступа : 15.08.2017.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНЫХ ГАРАНТИЙ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье на основе обобщения результатов исследования экономической литературы и нормативно-правовых документов отражены недостатки действующих государственных социальных стандартов в области образования в Республике Беларусь.

The article is based on the summarization of the results of the study of the economic literature and legal regulations and reflects disadvantages of the existing state social standards in the field of education of the Republic of Belarus.

Ключевые слова: развитие персонала; образование; социальные стандарты.

Key words: personnel development; education; social standards.

В условиях глобализации и инновационного развития экономики теоретические исследования в области совершенствования управления хозяйствующими субъектами должны быть ориентированы на поиск направлений повышения эффективности их функционирования с наименьшими затратами ресурсов. Касается это в полной мере и управления персоналом, поскольку трудовые ресурсы являются наиболее важной стратегической составляющей ресурсного потенциала организации. От объективности кадрового планирования, степени удовлетворения имеющейся штатной потребности, уровня подготовки работников организации зависит не только эффективность принимаемых управленческих решений и результативность использования персонала организации, но и связанные с этим возможности относительной экономии средств на оплату труда, эффективность использования основных и оборотных средств. Акцент в управлении только на технический аспект развития не даст ожидаемых результатов. Именно поэтому конкурентоспособные компании прежде чем внедрять новую технику и технологию изменяют кадровую политику, подготавливают компетентный персонал. Особую роль в достижении субъектом хозяйствования поставленной цели деятельности и получении конкурентных преимуществ на рынке играют высококвалифицированные и хорошо мотивированные работники, работники с аналитическими способностями, склонные к поиску нового в своей сфере деятельности, что определяет актуальность развития персонала организации.

Развитие персонала представляет собой систему взаимосвязанных действий, элементами которой являются выработка стратегии, прогнозирование и планирование потребности в кадрах той или иной квалификации, управление карьерой и профессиональным ростом; организация процесса адаптации, обучения, тренинга, формирование организационной культуры.

Развитие персонала – это сложный организованный непрерывный процесс проведения мероприятий, направленных на развитие человеческого потенциала организации в соответствии с задачами ее развития, возможностями, интересами и склонностями ее сотрудников, где на первое место выделяется профессиональное развитие.

Цель развития персонала – изменение личностных потенциалов сотрудников и их целевых установок, а также развитие и укрепление кадрового потенциала организации в соответствии с ее целями и стратегией развития.

Развитие персонала осуществляется через развитие сотрудника и коллектива. Основными направлениями развития персонала являются:

- профессиональное развитие;
- управление карьерой;
- ротация персонала;
- моральное и материальное поощрение труда.

Основными уровнями развития персонала являются:

- развитие личного потенциала сотрудников;
- развитие кадрового потенциала организации.

Вышеизложенное указывает на различие содержания развития персонала на макро- и микроуровне. Поскольку предложения по повышению эффективности хозяйственной деятель-

ности в области использования трудовых ресурсов носят конкретный характер, учитывающий всю специфику осуществления организацией хозяйственно-финансовой деятельности, и не имеют, как правило, стандартных решений, то в рамках теоретических изысканий путей повышения эффективности функционирования национальной экономики необходимо сосредоточить усилия, в первую очередь, на предложениях по развитию кадров на макроуровне. Вопросы выбора наиболее удачного сочетания мер по трансформации личностных потенциалов сотрудников в кадровый потенциал организации должны решаться непосредственно хозяйствующими субъектами с учетом специфики их функционирования и средств, доступных в управлении.

Развитие кадров на уровне государства в первую очередь предполагает обеспечение кадровой потребности экономики страны в соответствии с достижениями научно-технического прогресса и тенденциями развития мировой экономики, а также реализацию конституционного права каждого гражданина на образование. Поскольку рынок труда Республики Беларусь имеет выраженную региональную специфику, обусловленную территориальным размещением средств производства, демографическими и другими факторами, то наиболее перспективным представляется изучение развития кадров отдельного региона как важнейшей задачи его успешного развития.

Система развития персонала включает совокупность элементов (методов, средств, социальных институтов), которые воздействуют на объект развития (персонал), изменяют его способности, делая их адекватными потребностям организации.

Центральным элементом развития персонала выступает профессиональное развитие. Профессиональное развитие сотрудников повышает их конкурентоспособность на рынке труда и дает дополнительные возможности для профессионального роста как внутри своей организации, так и вне ее. Оно особенно важно в современных условиях быстрого устаревания профессиональных знаний.

Профессиональное развитие личности тесно связано с получением необходимого объема знаний, умений и навыков. Образование сегодня рассматривается как одна из основных ценностей, без которых невозможно дальнейшее развитие общества. Подтверждается это наличием Кодекса Республики Беларусь об образовании.

Невозможно реализовать получение специальных знаний, умений и навыков ограничившись лишь организацией профессионального образования. Образование представляет собой многофункциональную систему со сложной структурой. Воздействие системы образования на жизнь общества весьма широко: в дошкольных учреждениях и общеобразовательной школе начинается процесс формирования личности, индивидуального и общественного сознания людей, продолжающийся и в системе профессионального образования.

Система образования как институт духовного производства и интеллектуального развития личности, развития ее творческого потенциала должна формировать такую совокупность знаний и навыков членов общества, которые могли бы обеспечить возможность их целесообразной деятельности в системе общественного разделения труда.

Под системой образования понимается совокупность:

- системы преемственных образовательных программ и государственных образовательных стандартов различного уровня и направленности;
- сети реализующих их образовательных учреждений независимо от их организационно-правовых форм, типов и видов;
- системы органов управления образованием и подведомственных им учреждений и организаций.

Вместе с тем четкое функционирование системы образования невозможно без использования государственных социальных стандартов в области образования. Согласно Закону Республики Беларусь «О государственных минимальных социальных стандартах», принятому Палатой представителей 11 октября 1999 г. (в редакции Закона Республики Беларусь от 24 декабря 2015 г. № 331-З), государственные минимальные социальные стандарты устанавливаются в соответствии с актами законодательства в целях обеспечения механизма реализации конституционных прав граждан в области социальных гарантий, а также повышения уровня жизни и обеспечения устойчивого развития общества [1].

Согласно указанному закону, государственный минимальный социальный стандарт – это минимальный уровень государственных гарантий социальной защиты, обеспечивающий удовлетворение основных потребностей человека, выражаемый в нормах и нормативах предостав-

ления денежных выплат, бесплатных и общедоступных социальных услуг, социальных пособий и выплат.

Государственными минимальными социальными стандартами в области образования являются следующие:

- бесплатное образование, в том числе дошкольное, общее среднее, профессионально-техническое, специальное образование, дополнительное образование детей и молодежи (за исключением дополнительного образования детей и молодежи, получаемого в государственных детских школах искусств), на конкурсной основе среднее специальное, высшее образование;
- нормы и нормативы обеспеченности населения бесплатными и общедоступными социальными услугами, наполняемости классов, групп в государственных учреждениях образования при реализации образовательных программ;
- нормы и нормативы кадрового и материально-технического обеспечения государственных учреждений образования при реализации образовательных программ;
- нормы и нормативы мер социальной защиты обучающихся.

Реализация государственных минимальных социальных стандартов гарантируется государством.

Таким образом, минимальные государственные социальные стандарты в области образования являются минимальным уровнем государственных гарантий на бесплатное и общедоступное образование, необходимое для гармоничного развития личности и общества. Размер минимальных государственных социальных стандартов в области образования определяется уровнем развития общества и экономическими возможностями государства. В силу закона возрастающих потребностей невозможно организовать возмещение за счет средств государственного бюджета реализации всех образовательных программ, что и предопределило определение минимума, обеспечивающего стратегически устойчивое развитие государства с точки зрения обеспечения кадровой потребности. Именно с этой точки зрения общее базовое образование является общедоступным, бесплатным и обязательным, а бесплатное получение среднего специального и высшего образования гарантируется государством лишь лучшим на конкурсной основе.

Без обязательной реализации общего базового образования, безусловно, возможно было бы сократить налоговую нагрузку на экономику, предоставив возможность гражданам самостоятельно определять необходимый уровень образования для своих детей. Это бы расширяло личные свободы граждан, но шло в разрез с задекларированными принципами построения социально-ориентированной рыночной экономики, а также увеличило бы социальную напряженность в обществе вследствие расслоения денежных доходов населения и создания предпосылок для социального иждивенчества, с которым государство пытается активно бороться в последнее время.

Практическую реализацию Закона «О государственных минимальных социальных стандартах» (далее – Закон) в области образования предусматривает постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 «О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики» (далее – Постановление) [2]. Данный документ определяет механизм реализации закона посредством утверждения размера отдельных нормативов:

1. Норматив обеспеченности детей раннего и дошкольного возраста местами в учреждениях дошкольного образования – 85%.
2. Норматив охвата детей пятилетнего возраста подготовкой к обучению в учреждениях общего среднего образования – 100%.
3. Норматив бюджетной обеспеченности расходов на одного воспитанника в учреждениях дошкольного образования – не менее 1 170 р. в год.
4. Норматив бюджетной обеспеченности расходов на одного учащегося в учреждениях общего среднего образования – не менее 950 р. в год.
5. Норматив бюджетной обеспеченности расходов на одного учащегося в специальных общеобразовательных школах (для лиц с особенностями психофизического развития) – не менее 820 р. в год.
6. Норматив бюджетной обеспеченности расходов на одного учащегося в учреждениях профессионально-технического образования – не менее 2 100 р. в год.
7. Норматив бюджетной обеспеченности расходов на одного учащегося в учреждениях дополнительного образования детей и молодежи – не менее 60 р. в год.
8. Норматив обеспеченности учащихся начальных, базовых, средних школ, вечерних школ, гимназий, лицеев общей площадью – не менее 8 м² на одного учащегося.

9. Норматив обеспеченности учащихся начальных, базовых, средних школ, вечерних школ, гимназий, лицеев:

- спортивными плоскостными сооружениями – 1,62 м² на одного учащегося;
- спортивными зданиями спортивного назначения – 0,5 м² на одного учащегося.

10. Норматив обеспеченности учащихся учреждений общего среднего образования, профессионально-технического образования, специальных общеобразовательных школ – один компьютер на 30 учащихся или не менее одного компьютерного класса на учреждение.

Указанные в Постановлении нормативы являются основой для разработки норм материально-технического обеспечения государственных учреждений образования при реализации образовательных программ и мер социальной защиты обучающихся. Хотя в названии документа не фигурирует термин «минимальные» он в полной мере реализует минимальные социальные стандарты, предусмотренные Законом, поскольку определяет минимальные пороговые значения нормативов для разработки норм социального обеспечения.

К положительным моментам Постановления следует отнести степень актуализации указанных нормативов в области образования. Все минимальные социальные стандарты в денежном эквиваленте обновлены по состоянию на 25 августа 2017 г., что позволяет адекватно финансировать нужды государственных учреждений образования. Соответствует конституционным гарантиям норматив охвата детей пятилетнего возраста подготовкой к обучению в учреждениях общего среднего образования.

Несомненным достоинством данного документа является тот факт, что государственные социальные стандарты по обслуживанию населения республики он определяет как обязательные для использования в организациях всех форм собственности. Это позволяет реализовать системный подход к организации образования и подготовки кадров.

Вместе с тем Постановление не позволяет в полной мере реализовать государственные минимальные социальные стандарты. Так, если вопросы материально-технического обеспечения реализации указанного Закона довольно хорошо реализованы и детализированы, то освещение целевых ориентиров нормирования кадрового обеспечения государственных учреждений образования полностью отсутствует в данном документе. Это создает определенные проблемы как с практической реализацией Закона на фоне сложившейся дифференциации средней заработной платы в разрезе отраслей экономики, так и с обеспечением необходимого уровня качества предоставляемых образовательных услуг на безвозмездной основе.

Постановление не регулирует реализацию в полной мере конституционного права граждан на получение бесплатного общего среднего образования поскольку отсутствует норматив охвата детей возраста 7–16 лет обучением в учреждениях общего среднего образования.

Полностью отсутствует нормативно-правовая база для разработки норм материально-технического обеспечения государственных учреждений высшего образования при реализации образовательных программ и мер социальной защиты обучающихся, возможность которого на конкурсной основе предусмотрена Законом. Это создает предпосылки для возникновения проблем с финансированием функционирования высшей школы, что безусловно скажется на качестве предоставляемых образовательных услуг, уровне подготовки специалистов и конкурентоспособности национальной экономики.

Требуется проработки, на наш взгляд, и механизм определения норматива охвата выпускников школ возможностью получения профессионального образования (профессионально-технического, среднего специального и первой ступени высшего). Для реализации в полной мере конституционного права на труд и достойное вознаграждение, а также кадрового обеспечения потребностей национальной экономики для ее устойчивого развития недостаточно со стороны государства гарантировать право на получение общего среднего образования. Необходимы также государственные гарантии, подкрепленные нормативами на профессиональное обучение. В условиях нестабильного развития экономики страны отдельные субъекты хозяйствования в силу причин разного рода не могут обеспечить стабильное функционирование системы профессионального образования и поэтому государство для обеспечения стабильности на рынке труда и инновационного развития экономики должно в большей степени нормировать профессиональную подготовку кадров, нежели это предусмотрено вышеозначенным Постановлением. Наличие разветвленной сети учреждений, предоставляющих услуги в области профессионального образования на возмездной основе, а не за счет средств государственного бюджета, не решает в полной мере данную проблему. Обеспечить высокое качество подготовки специалистов высшей квалификации возможно лишь на конкурсной основе при независимых

источниках финансирования. В противном случае принципы самокупаемости и самофинансирования деятельности образовательных учреждений могут вступать в конфликт с целями повышения качества предоставляемых образовательных услуг. Таким образом, минимальные социальные стандарты в области образования должны обеспечивать эффективное функционирование системы профессионального образования, обеспечивающее покрытие возникающей дополнительной потребности национальной экономики в рабочих и специалистах. Данная потребность должна подлежать планированию, как и остальные показатели социально-экономического развития государства.

Не соответствует реализации принципов инновационного развития национальной экономики, широкому распространению электронных учебно-методических комплексов и безбумажной технологии учета успеваемости учащихся десятый норматив в области образования, предусмотренный Постановлением. В период бурного развития информационных технологий приведенный норматив обеспеченности средствами электронной вычислительной техники является явно устаревшим, что снижает конкурентоспособность будущих специалистов на рынке труда. Данный норматив обновлялся последний раз 4 августа 2011 г., а должен обновляться ежегодно.

Таким образом, государственные социальные стандарты в области образования, степень их актуальности определяют основу развития человеческого потенциала региона, необходимого для обеспечения устойчивого развития экономики и общества.

Список использованной литературы

1. **О государственных** минимальных социальных стандартах: Закон Респ. Беларусь от 11 нояб. 1999 г. № 322-3 (в ред. от 24 дек. 2015 г. № 331-3) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.

2. **О мерах** по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 (в ред. от 25 авг. 2017 г. № 654) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.

УДК 338.436

Т. И. Ленская (tatianavor@mail.ru),
канд. экон. наук, зав. сектором
кооперации и интеграции

РНУП «Институт системных
исследований в АПК НАН Беларуси»
г. Минск, Республика Беларусь

М. С. Назарова (mn061@rambler.ru),
ст. преподаватель

Белорусский государственный
аграрный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕХАНИЗМА СОЗДАНИЯ И ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ИНТЕГРИРОВАННЫХ ФОРМИРОВАНИЯХ

Многообразие интегрированных формирований, действующих в условиях многоукладной экономики, требует использования наиболее эффективного механизма внутрикорпоративного взаимодействия, включающего совокупность экономических мероприятий по объединению усилий участников интеграции в целях обеспечения оптимального использования производственного потенциала, достижения максимальных результатов деятельности и обеспечения конкурентоспособного положения на рынке.

The variety of integrated units operating in a multistructure economy requires the use of the most effective mechanism of intra-corporate interaction, which includes a set of economic measures to unite the efforts of the integration participants in order to ensure optimal use of production potential, achieve maximum performance and ensure a competitive position in the market.

Ключевые слова: агрокомбинат; интеграция; интегрированные объединения; эффективность; производственный потенциал.

Key words: agro-industrial complex; integration; integrated associations; efficiency; production potential.

В контексте рассматриваемой проблемы под организационно-экономическим механизмом взаимоотношений в интегрированных структурах следует понимать порядок взаимодействия сельскохозяйственных, перерабатывающих, торговых, обслуживающих организаций совместно образующих единый технологический процесс, и регулирующий их отношения в части обмена промежуточной продукции и распределения дохода.

Проведенные исследования позволили определить состав и содержание внутрикорпоративных отношений в интегрированных агропромышленных формированиях (на примере агрокомбинатов) (таблица).

Состав и содержание производственных и внутрикорпоративных отношений в агропромышленных интегрированных формированиях (агрокомбинатах)

Состав внутрикорпоративных отношений	Субъекты	Содержание отношений
Отношения собственности: земельные; имущественные	Собственники. Участники производственно-хозяйственной деятельности	Владение; распоряжение; аренда; доверительное управление
Трудовые отношения	Участники производственно-хозяйственной деятельности	Выполнение производственных и управленческих функций
Организационные и производственные отношения	Юридические лица (сельскохозяйственные, перерабатывающие, торговые организации). Субъекты малого и среднего аграрного бизнеса (фермеры)	Модели и механизмы реорганизации, формы организации производства: размеры, специализация и концентрация, формы организации труда, выработка стратегических производственных программ
Обменно-распределительные отношения	Собственники. Участники производственно-хозяйственной деятельности	Возмещение материальных и приравненных к ним затрат, выплата заработной платы и материального поощрения, распределение прибыли, установление расчетных цен, использование кредитных средств и др.
Отношения управления	Общее собрание участников (высший орган управления, состоящий из всех участников общества). Наблюдательный совет (совет директоров) – создание данного органа необязательно. Директор (управляющая компания (управляющий)). Собственник. Директор (управляющий, управляющая компания). Наблюдательный совет (совет директоров). Дирекция (правление) и (или) директор (управляющий, управляющая компания)	Организация управления сводится к трем направлениям: • управление собственностью или пакетами акций; • управление производственно-хозяйственной деятельностью; • управление товарными и денежными потоками
Отношения с государством в части мер, обеспечивающих потенциальные возможности нормального функционирования	Органы управления (государство). Собственники. Участники производственно-хозяйственной деятельности	Регулирование цен, налогов и отчислений, кредитов, дотаций, инвестиций, рынка сельскохозяйственной продукции, товаров и услуг
Примечание – Собственная разработка авторов на основании источников [1–3].		

Установлено, что совершенствование экономического механизма взаимодействия участников интегрированного агропромышленного формирования является комплексной задачей, обусловленной закономерностями развития региональной экономики в рыночных условиях. Проведенные исследования позволили определить основные элементы внутрикорпоративного взаимодействия в агрокомбинатах, которые оказывают существенное влияние на результативность: ценовой, инвестиционный, стимулирования труда.

Ценовой элемент механизма экономических взаимоотношений (внутрикорпоративная ценовая политика). В настоящее время в решении проблемы повышения эффективности участников интеграционного взаимодействия ключевое значение имеет сближение экономических интересов сельскохозяйственных, перерабатывающих и торговых организаций.

Проведенные исследования экономического механизма взаимодействия в интегрированных агропромышленных формированиях (агрокомбинатах) свидетельствуют о том, что в системе внутрикорпоративного ценообразования на производимую продукцию существует объективная потребность определения удельного веса каждого участника технологической цепочки «производство – переработка – сбыт», который бы адекватно учитывал складывающиеся среднеотраслевые затраты, выручку от реализации и содействовал созданию примерно равных экономических условий в достижении целевого уровня эффективности.

В части совершенствования внутрикорпоративной ценовой политики, направленной на создание равных экономических условий хозяйствования участникам агропромышленных структур с замкнутым циклом производства, нами предложен методический подход, включающий следующее:

1. Обоснование удельного веса каждого участника в системе «производство – переработка – сбыт» в суммарной выручке.

Исследованиями установлено, что в суммарных затратах на производство, переработку и реализацию различных видов продовольствия удельный вес сельскохозяйственных товаропроизводителей составляет от 50 до 70%, перерабатывающих предприятий 25–30% и торговли 10–15%. Фактическая же доля сельскохозяйственных товаропроизводителей в цене готовой продукции равняется 25–30%, перерабатывающих предприятий 45–55% и торговли 20–25%. Приведенные данные с полной очевидностью свидетельствуют, что экономические интересы сельскохозяйственных товаропроизводителей неоправданно ущемляются. То есть основная товарная масса создается в сельскохозяйственном производстве, а денежная выручка аккумулируется на конечных стадиях продовольственной цепочки.

2. Определение требуемого уровня внутрифирменных цен на конкретный вид сельскохозяйственной продукции с учетом «ценового коридора» каждого участника. За основу важно принимать уровень розничных цен без НДС на конкретный вид продукции. Зная розничную цену и «ценовой коридор» каждого участника, определяем требуемый уровень внутрикорпоративных цен каждого участника (внутрифирменных цен).

3. Принимая величину внутрифирменных цен и среднеотраслевые затраты на производство единицы продукции за исходную основу, находим расчетную прибыль и рентабельность участников технологической цепи «производство – переработка – сбыт».

В основу совершенствования внутрикорпоративной ценовой политики положены принципы возмещения среднеотраслевых затрат участниками интеграционного взаимодействия и создание условий направленных на их снижение и организации равных условий для ведения расширенного воспроизводства участникам технологической цепи «производство – переработка – сбыт». Особенностью рассматриваемой модели взаиморасчетов является то, что на всех стадиях технологического цикла на первом этапе формирование внутригрупповой цены происходит на бесприбыльной основе, на втором – происходит распределение полученной выручки.

Инвестиционный элемент механизма экономических взаимоотношений (внутрикорпоративная инвестиционная политика). Исследованиями установлено, что в учетной политике и учредительных документах (уставах) отечественных агрокомбинатов акцентировано внимание на распределении прибыли посредством выплаты дивидендов и создании резервного фонда и отсутствуют основания, порядок создания и использования целевых фондов, предназначенных для финансирования производственного развития организации и иных аналогичных мероприятий по созданию и приобретению внеоборотных активов производственного назначения.

Учитывая жесткие связи управления обменно-распределительными, производственно-технологическими отношениями с полным подчинением структурных единиц центральному аппарату управления в агрокомбинате, нами предложены методические предложения по созданию целевого фонда, которые включают в себя распределения прибыли на формирование целевого фонда и порядок его формирования.

Целесообразность образования целевого фонда обусловлена возможностью проведения модернизации за счет собственных средств с минимизацией привлечения средств кредитно-финансовых учреждений.

Средства целевого фонда участниками агрокомбината могут направляться:

- на финансирование капитальных вложений производственного назначения;

- на приобретение объектов, основных средств, предназначенных для использования в предпринимательской деятельности, и объектов незавершенного капитального строительства, предназначенных для использования в предпринимательской деятельности;

- на капитальное строительство в форме нового строительства и (или) создание объектов основных средств;

- на реконструкцию, модернизацию объектов основных средств и (или) объектов незавершенного строительства, принадлежащих участнику холдинга;

- на финансирование научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ;

- на финансирование программ по энергосбережению и мероприятий по внедрению новых энергоэффективных технологий и оборудования;

- на погашение кредитов банков, а также выданных за счет средств республиканского и местных бюджетов, бюджетных ссуд, бюджетных займов.

Условия и порядок формирования такого фонда следует определить в учредительных документах, уставе, учетной политике, в договоре доверительного управления имуществом, либо в ином договоре, где указано решение о распределении чистой прибыли. Применение на практике обозначенного подхода позволяет за счет собственных средств создать условия для модернизации производства и иметь возможность частичного погашения кредиторской задолженности участниками интегрированного формирования (агрокомбината).

Элемент стимулирования труда (внутрикорпоративная политика стимулирования труда). Установлено, что важнейшим направлением совершенствования внутрикорпоративного материального стимулирования труда участников интегрированного формирования является усиление взаимосвязи материального поощрения с конечным результатом производства.

В рамках интегрированных формирований целесообразно выработать единые подходы в стимулировании труда работников, которые могут состоять в следующем:

- усилении роли менеджеров (прежде всего, высшего звена) в обеспечении эффективного стратегического развития компании;

- дифференциации систем оплаты управленцев в зависимости от роли и значения руководимых ими подразделений в системе стратегического управления;

- использовании форм материального стимулирования труда руководителей, основанных на учете движения акционерного капитала (участие в прибыли, льготная продажа акций и др.);

- моральном и материальном стимулировании руководителей и менеджеров за достижение конкретных результатов;

- предоставлении руководителям большей части вознаграждения в виде переменной оплаты.

В рамках агрокомбинатов целесообразно разработать внутренние нормативные документы, предусматривающие:

- принципы и механизм формирования фонда оплаты труда;

- формы и системы оплаты труда;

- виды оплаты (денежная или натуральная);

- сроки пересмотра и уровни тарифных ставок и окладов в зависимости от финансовых возможностей предприятий;

- условия соревнования на выполнение отдельных видов работ, за достижение результатов структурными подразделениями или работниками;

- порядок и размеры выплаты вознаграждения по итогам соревнования за квартал, полугодие, год;

- размеры надбавок за продолжительность непрерывной работы (вознаграждений за выслугу лет, стаж работы), выплачиваемых рабочим, руководителям, специалистам и служащим;

- механизм индексации зарплаты, сроки ее выплаты, условия и размеры социальных выплат и льгот;

- порядок распределения прибыли и системы участия наемных работников в прибыли предприятий и др.

Практика показывает, что в сельскохозяйственных предприятиях применяемые на практике традиционная сдельно-премиальная система оплаты труда и порядок формирования фонда

оплаты недостаточно нацеливают работников на улучшение финансовых результатов организации, что в условиях рыночных отношений является неправомерным.

В этих условиях целесообразно использовать *систему вознаграждения руководящих работников*, которая увязана с движением акционерного капитала (например, предоставление прав на льготное приобретение акций в различных формах). В этом случае создаются условия для сочетания немедленных выплат за достигнутые результаты с отложенным вознаграждением и выплатами за период в несколько лет, денежной наличности – с предоставлением акций, вознаграждения за краткосрочные показатели – со стимулированием долгосрочных результатов. К последним нами отнесены следующие:

- выдача опционного сертификата на акции;
- отложенное денежное вознаграждение, основанное на расчете прироста курсовой стоимости акций компании;
- стимулирование руководителей акциями компании (или денежным эквивалентом) по итогам деятельности.

Исследование показало, что формированию *персонифицированной собственности наемных работников* в сфере агропромышленного производства также уделяется недостаточно внимания.

При этом установлено, что наращивание капитализированной стоимости компании путем формирования долевой рабочей собственности из прибыли является одним из перспективных стимулирующих способов повышения эффективности производства, что способствует увеличению капитала интегрированных структур.

Таким образом, в целях создания равных экономических условий хозяйствования участникам агропромышленных структур с замкнутым циклом производства предложен алгоритм организации внутрикорпоративного (трансфертного) ценообразования с определением в технологической цепочке удельного веса каждого участника, адекватно складывающимся затратам по сферам деятельности и выручке от реализации конечной продукции методические предложения создания целевого фонда, направленного на решение задач стратегического развития интегрированного агропромышленного формирования в части производственного и финансового планирования.

Установлено, что применяемые на практике сдельно-премиальная система оплаты труда и порядок формирования фонда оплаты недостаточно нацеливают работников на улучшение финансовых результатов организации, что в условиях рыночных отношений является неправомерным. В этих условиях целесообразно использовать *систему вознаграждения руководящих работников*, которая увязана с движением акционерного капитала (например, предоставление прав на льготное приобретение акций в различных формах); выдачу опционного сертификата на акции, которые дают управленцам право купить в будущем определенное количество (пакет) акций продуктовой компании (в установленное заранее время) по цене, зафиксированной в момент выдачи сертификата (обычно это текущая рыночная цена или близкая к ней); отложенное денежное вознаграждение, основанное на расчете прироста курсовой стоимости акций компании; стимулирование руководителей акциями компании (или денежным эквивалентом) по итогам деятельности.

Применение перечисленных форм вознаграждения, связанных с движением акционерного капитала, может послужить практической базой для выработки новых подходов в оплате труда руководящих работников в рамках продуктовых компаний и усиления взаимосвязи их доходов с эффективностью производства.

Список использованных источников

1. **Гусаков, В. Г.** Кооперативно-интеграционные отношения в аграрном секторе экономики / В. Г. Гусаков, М. И. Запольский. – Минск : Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. – 295 с.
2. **Ленская, Т. И.** Совершенствование экономического механизма функционирования агропромышленных интегрированных формирований холдингового типа / Т. И. Ленская // Экон. вопросы развития сельского хозяйства Беларуси. Межведомственный тематический сб. Вып. 43. – Минск : Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – С. 107–117.

3. **Запольский, М. И.** Теоретические основы организационно–экономического механизма создания и эффективного функционирования специализированных и многоотраслевых продуктовых агропромышленных формирований на региональном уровне / М. И. Запольский, С. А. Чаусов, Е. В. Гусаков, М. С. Назарова // Экон. проблемы инновационного развития АПК на современном этапе: вопросы теории и методологии. – Минск, 2014. – Гл. 2. – С. 90–97.

УДК 339.1.5

А. В. Макаров (makarovanatacha@mail.ru),

магистрант

*Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

Н. Н. Макарова (makarovanatacha@mail.ru),

ст. преподаватель

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВЕБ-РЕСУРСОВ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ТОРГОВЛИ

В статье рассмотрены некоторые вопросы по выявлению дефектов в оформлении сайта организации торговли и пути их решения.

In the article some questions on revealing of defects in registration of a site of the organization of trade and a way of their decision are considered.

Ключевые слова: Интернет; сайт; веб-ресурс; маркетинг; привлечение покупателей.

Key words: Internet; website; web resource; marketing; attracting customers.

Основой развития современного общества является внедрение информационных технологий во все сферы человеческой деятельности. На дальнейшее развитие данного этапа продолжает оказывать очень сильное влияние Интернет – эффективный инструмент исследований, развитие торговли и бизнеса, а также воздействие на аудиторию. Технологические возможности Интернета обуславливают стремительное развитие мирового информационного сообщества, что приводит к изменению подходов к управлению бизнесом, появлению электронной коммерции и соответственно интернет-маркетинга.

Существуют различные точки зрения на сферы применения системы Интернета в области маркетинга. В соответствии с некоторыми из них выделяют пять или более принципиальных областей применения сети «Интернет» в маркетинге, к которым, прежде всего, относятся получение информации о рынке, поддержание деловых связей, покупка и продажа через Интернет, реклама товаров в сети, сервис и послепродажное обслуживание [1].

Основной целью использования инструментов интернет-маркетинга является привлечение покупателя на свой веб-ресурс, который выступает как рекламная площадка по продвижению товаров и услуг на рынке. На примере одной из торговых организаций рассмотрим достоинства и недостатки сайта организации.

На главной странице сайта ОАО «Ника», представленной на рисунках 1 и 2, при тестировании были обнаружены следующие дефекты:

- изображения товаров в модуле «Лучшая цена» растянутые, что означает несоответствие разрешения изображения тому, что прописано в коде сайта;
- для большого количества товаров изображения на сайте отсутствуют;
- при загрузке страницы появляется сообщение *Код ошибки 400*, которое означает, что фон сайта не был загружен, т. е. изображение с фоном не найдено.

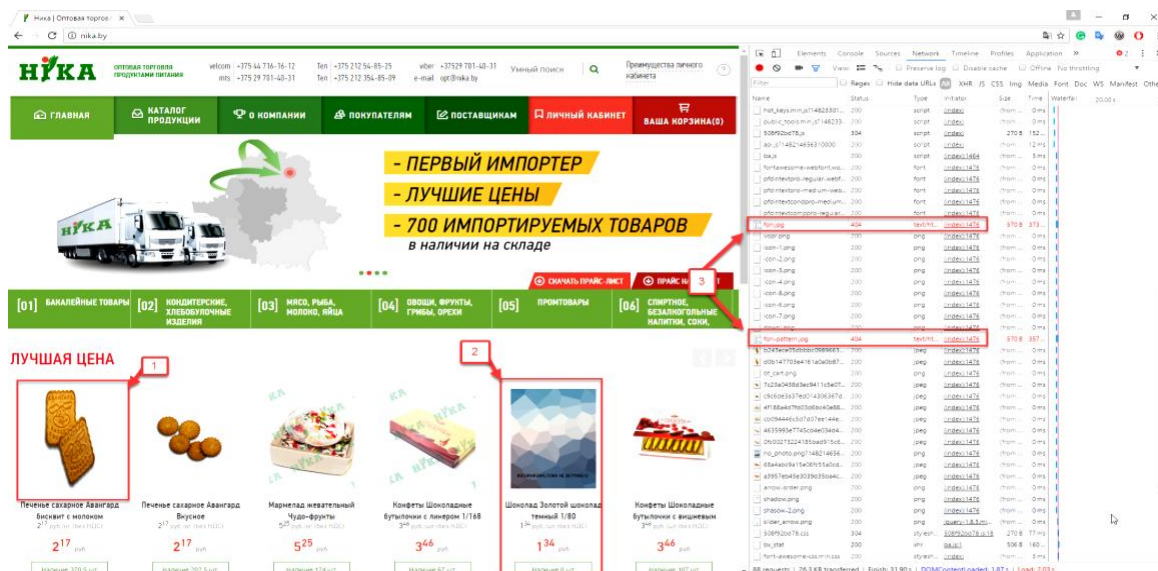


Рисунок 1 – Главная страница сайта ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

ЛУЧШАЯ ЦЕНА

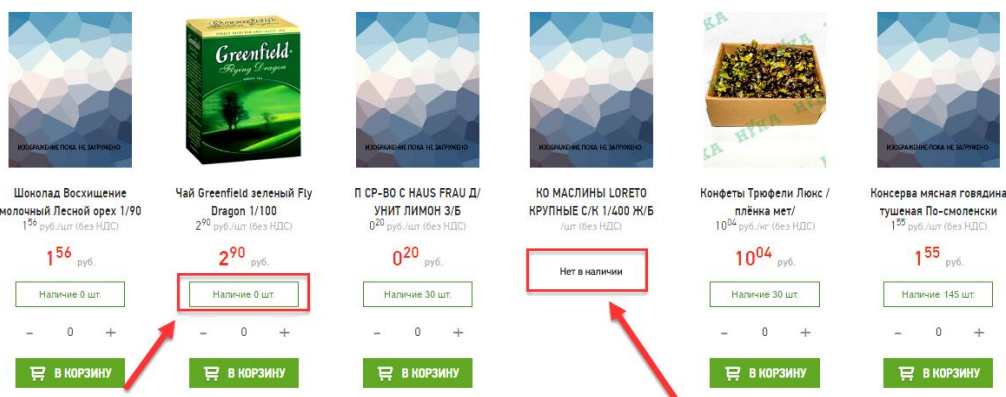


Рисунок 2 – Модуль «Лучшая цена» на главной странице сайта ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

В модуле «Лучшая цена» отображаются товары, которые на данный момент не доступны для продажи. Внешний вид обозначения отсутствующих товаров отличается, в одном случае отображается кнопка *Наличие 0 шт.*, в другом случае – кнопка *Нет в наличии*. Товары, которых на данный момент нет в наличии или они недоступны для продажи, не должны отображаться на сайте.

Сайт ОАО «Ника» позволяет оптовым покупателям зарегистрироваться для выбора товаров для заказа и совершения покупок. Форма регистрации представлена на рисунке 3.

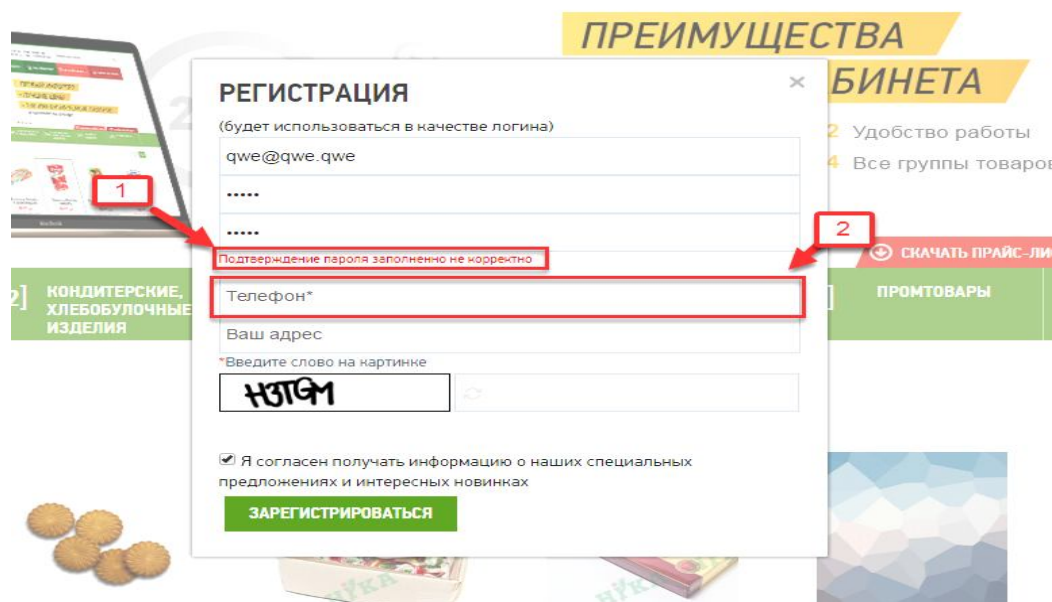


Рисунок 3 – Форма регистрации нового пользователя на сайте ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

На форме регистрации имеется 5 текстовых полей: поле для ввода e-mail, который в дальнейшем будет использоваться для входа в систему в качестве логина и на который будут приходить все уведомления с сайта, поля *Пароль* и *Подтверждение пароля*, поле *Телефон*, поле *Адрес*, а также поля для ввода слова, которое изображено на картинке.

В форме регистрации были обнаружены следующие дефекты:

- Валидационное сообщение для поля *Подтверждение пароля* не верное. Сообщение *Подтверждение пароля заполнено не верно* при заполнении полей *Пароль* и *Подтверждение пароля* одинаковыми символами в количестве меньше 7 штук. При вводе пароля длиной менее 7 символов должно отображаться сообщение *Длина пароля должна составлять не менее 7 символов*.

- Поле *Телефон* отмечено как обязательное для заполнения, на что указывает символ * возле названия поля. Однако форма позволяет зарегистрировать нового пользователя без заполнения данного поля. Также для поля *Телефон* отсутствуют валидационные правила, это означает, что в него можно ввести не только цифры, но и другие символы.

Таким образом, для увеличения эффективности работы формы регистрации необходимо исправить проверку полей *Пароль* и *Подтверждение пароля*. При вводе в поля *Пароль* и *Подтверждение пароля* менее 7 символов, должно отображаться валидационное сообщение *Пароль должен состоять минимум из семи символов*. Текущее валидационное сообщение должно появляться только в случае несовпадения полей *Пароль* и *Подтверждение пароля*.

Поле *Телефон* не является обязательным для заполнения, несмотря на то, что поле отмечено символом обязательного заполнения (*). Это также является важным функциональным дефектом формы регистрации. Заполнение поля *Телефон* необходимо для того, чтобы менеджеры магазина могли в случае необходимости связаться с покупателем для уточнения необходимой информации.

После окончания регистрации на главной странице сайта появляется всплывающее окно, которое не исчезает до принудительной перезагрузки страницы. Такого рода всплывающие окна должны автоматически исчезать в течение 3–5 секунд. Такое поведение системы также является дефектом. Пример появления всплывающего окна представлен на рисунке 4.

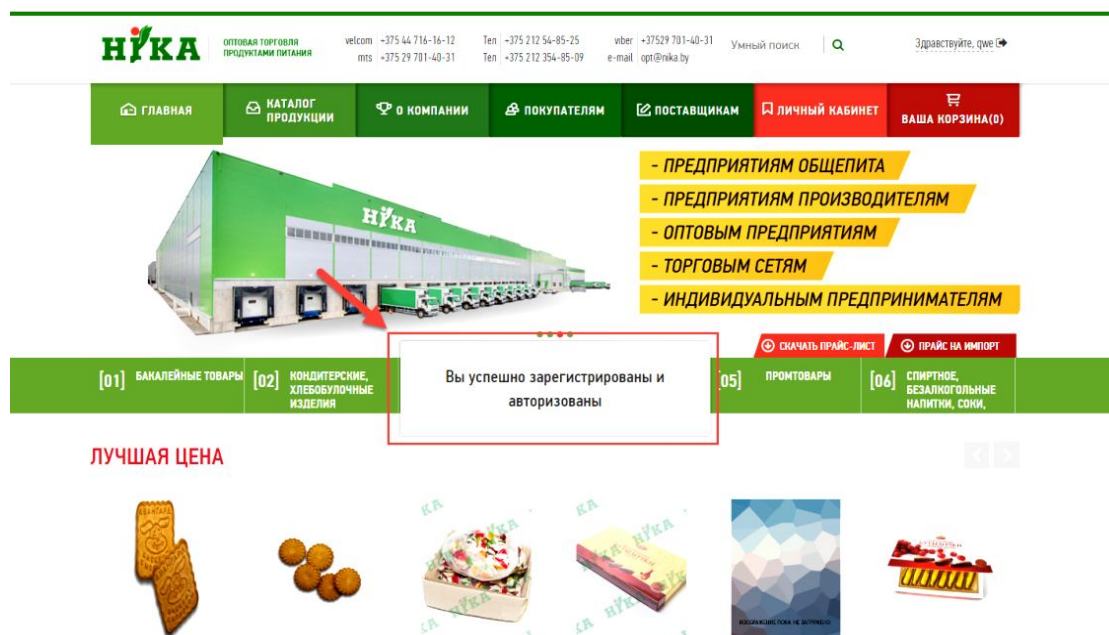


Рисунок 4 – Всплывающее окно после регистрации на сайте ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

В данном случае всплывающее окно исчезает только после обновления страницы, при переходе на другую вкладку всплывающее окно не исчезает. Исправлением данного дефекта является добавление функции автоматического исчезновения через 2–4 секунды.

Основной функцией сайта ОАО «Ника» является совершение заказов и оплаты заказанных товаров. После совершения заказов открывается страница, дефекты на которой критично важны для работы всей системы и влияют на основное назначение сайта. Внешний вид страницы представлен на рисунке 5.

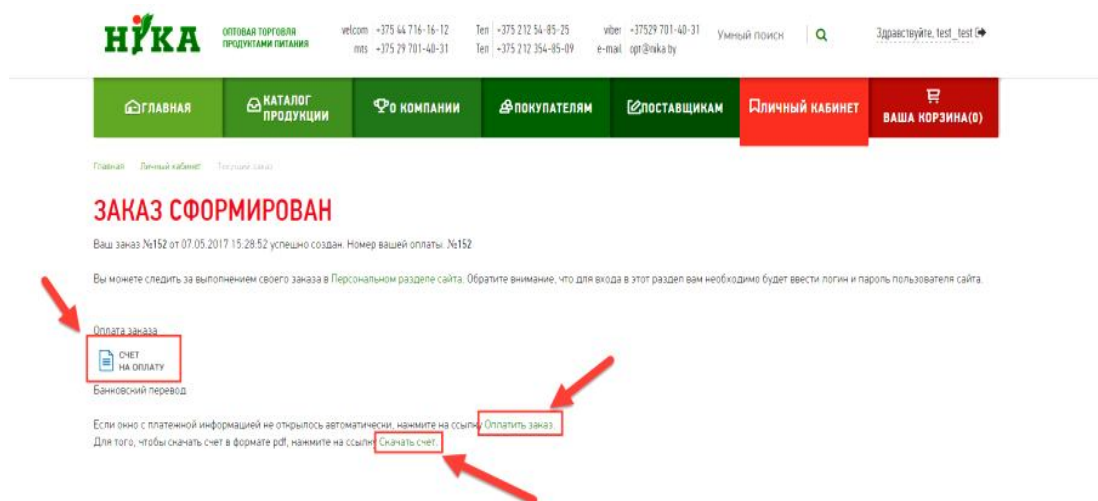


Рисунок 5 – Страница после оформления заказа на сайте ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

Одними из самых критичных дефектов сайта оптовой торговли ОАО «Ника» являются следующие:

- После открытия страницы «Заказ сформирован» должно автоматически открываться окно с платежной информацией. Окно не открывается, что является дефектом.

- На странице присутствует кнопка *Оплатить заказ*, при нажатии на которую открывается пустое окно с названием *Счет*, однако информация о счете на ней отсутствует.

- Также на странице присутствует кнопка *Скачать счет*, которая должна позволять скачивать сформированный счет в формате pdf. Скачивание происходит при нажатии на кнопку, однако скачанный файл пустой.

Это говорит о том, что менеджерам, которые несут ответственность за заказы, поступившие с сайта, необходимо созваниваться с потенциальными клиентами для того, чтобы сообщить об оплате, а также узнать дополнительную информацию. На это уходит много времени, следовательно, менеджеры за рабочий день обрабатывают меньшее количество заявок, чем планировалось после запуска в работу оптового сайта организации. Так как возможны такие ситуации, что менеджер не сможет дозвониться до потенциального покупателя, то организация может потерять оптовые заказы.

Решениями данного дефекта будет усовершенствование формы подтверждения заказа (настройка обязательных полей, а также правил валидации для них), формирование заказа (документа в котором отображается сумма заказа, а также перечень товаров), правильное формирование счета на оплату (у пользователя должна присутствовать возможность скачать счет для того, чтобы его оплатить).

Все это позволит ускорить и упростить работу менеджеров. Они смогут более быстро вносить информацию о клиентах в базу, так как не будет необходимости в обязательном звонке клиенту, и смогут обрабатывать за день большее количество заказов [2].

Таким образом, основную свою функцию сайт ОАО «Ника» не выполняет из-за ряда функциональных дефектов. Покупатели вынуждены обращаться в компанию по телефону для решения финансовых вопросов, что не является удобным для потребителя, так как сайт направлен на осуществление оптовой торговли посредством онлайн-заказов и оплаты.

Для повышения эффективности работы веб-сайта в первую очередь необходимо исправить все функциональные дефекты сайта, после этого – дефекты графического интерфейса для того, чтобы пользователь не сталкивался с различными трудностями во время использования веб-сайта организации.

Основной функциональной нагрузкой сайта является увеличение числа клиентов, ведь к помощи поисковых систем обращается подавляющее большинство интернет-пользователей (98%), в том числе и при выборе места покупки товаров; существенная экономия маркетингового бюджета, что делает продвижение сайтов в поисковых системах доступной услугой для большинства компаний; улучшение репутации компании в глазах клиентов и партнеров, что делает поисковое продвижение не только коммерческим выгодным, но и имиджевым инструментом; долгосрочность достигаемого маркетингового эффекта. Корпоративный сайт, выведенный в топ, сможет удерживать хорошие позиции в выдаче даже после завершения работ по его продвижению [3]. Преимущества продвижения сайтов весомы и понятны, поэтому популярность этого маркетингового инструмента стабильно возрастает.

Список использованной литературы

1. **Котлер, Ф.** Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – 5-е изд. – М. : Вильямс, 2015. – 752 с.
2. **Акулич, М. В.** Интернет маркетинг : учеб. / М. В. Акулич. – М. : Дашков и К°, 2016. – 352 с.
3. **Васильев, Г. А.** Электронный бизнес и реклама в Интернете : учеб. пособие / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2008. – 183 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящей статье рассматриваются основные проблемы развития потребительской кооперации в условиях усиления рыночной конкуренции. Раскрыты приоритетные направления стабилизации ее финансового состояния и платежеспособности, сохранения конкурентных преимуществ на потребительском рынке Республики Беларусь.

This article considers the main problems of consumer cooperation development in the conditions of the market competition strengthening. We described the priority directions of its financial state and solvency stabilization, maintaining competitive advantages in the consumer market of the Republic of Belarus.

Ключевые слова: концепция; конкуренция; приоритетные направления эффективности; проблемы развития.

Key words: concept; competition; priority directions of efficiency; development problem.

В экономической литературе и практике хозяйствования система защитных финансовых механизмов при угрозе снижения финансовой устойчивости и банкротства обычно разрабатывается в зависимости от масштабов кризисной ситуации. При легком финансовом кризисе достаточно нормализовать текущую финансовую ситуацию, сбалансировать и синхронизировать приток и отток денежных средств. Глубокий финансовый кризис требует полного использования всех внутренних и внешних механизмов финансовой стабилизации.

Полная финансовая стабилизация достигается при условии, если организация обеспечила длительное финансовое равновесие. Поэтому стратегический механизм защитных мер должен быть направлен на поддержание финансовой устойчивости организации в длительном периоде.

Современные направления стабильного развития организаций потребительской кооперации в условиях конкурентоспособной экономики Республики Беларусь определены в Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы, утвержденной постановлением правления Белкоопсоюза от 28 февраля 2016 г. № 47 [1].

Стратегическая цель данной концепции – достижение уровня экономического развития, соответствующего статусу потребительской кооперации как конкурентоспособной многоотраслевой системы, занимающей устойчивые позиции в обслуживании населения в регионах за счет предоставления широкого спектра услуг, торговой, производственной и заготовительно-перерабатывающей деятельности.

Концептуальным ядром стратегии является повышение финансовой устойчивости системы потребительской кооперации, в том числе за счет проведения структурных преобразований, обеспечение ее конкурентоспособности в городской местности и сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения.

Концепция развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг. как системообразующий документ, определяющий направления стабильного развития организаций потребительской кооперации в условиях конкурентоспособной экономики Республики Беларусь, является основой для разработки прогнозов и программ развития на краткосрочную перспективу.

Определение путей и способов обеспечения в долгосрочной перспективе устойчивого повышения эффективности деятельности, динамичного развития организаций потребительской кооперации, укрепления позиций Белкоопсоюза на потребительском рынке страны основываются на результатах ее финансово-экономической и организационно-хозяйственной деятельности за предыдущие годы.

Ретроспективный анализ развития системы свидетельствует о ее целенаправленной работе по обеспечению динамичного поступательного развития потребительской кооперации, активному участию в реализации государственного курса на улучшение качества жизни людей.

Темп роста розничного товарооборота торговой сети Белкоопсоюза за 2011–2015 годы составил 106,5%, среднегодовой темп роста – 101,3%.

Удельный вес потребительской кооперации в общем объеме розничного товарооборота торговых организаций Республики Беларусь за 2015 г. составил 8,4%, через все каналы реализации – 6,9%.

В настоящее время перед потребительской кооперацией стоят новые вызовы и задачи, решение которых требует новых подходов как на краткосрочную, так и долгосрочную перспективу.

Основная проблема – усиление конкуренции со стороны сетевых структур, охватывающее как традиционные рынки товаров и услуг, так и рынки технологий, рабочей силы.

Второй вызов – ожидаемая новая волна технологических изменений, усиливающая роль инноваций в экономическом развитии и снижающая влияние традиционных факторов роста.

При этом в ближайшей перспективе продолжится существенное влияние на динамику развития системы сдерживающих факторов, отражающих социальную направленность деятельности Белкоопсоюза. Так, до 2020 г. прогнозируется снижение численности сельского населения на 185 тыс. чел., сохранится дисбаланс в покупательской способности сельского населения и городских жителей. Обслуживание малых населенных пунктов сельской местности имеет исключительно социальный характер и не является коммерчески эффективным.

Вместе с тем, являясь неотъемлемым элементов системы обеспечения жизнедеятельности сельских населенных пунктов, большинства поселков городского типа и районных центрах, потребительская кооперация не в полной мере использует свой экономический потенциал. Так, по данным экономического управления Белкоопсоюза, в настоящее время правлениями облпотребсоюзов, потребительских обществ принимаются недостаточные меры по выполнению прогнозных параметров развития, повышению эффективности хозяйствования.

Получаемая многими райпо прибыль недостаточна для обеспечения самокупаемости и самофинансирования формирования их конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг.

В частности, недостаточные объемы деятельности не позволили обеспечить повышение финансовой устойчивости организаций потребительской кооперации.

За 2016 г. прибыль от реализации составила 35,5 млн р., рентабельность продаж – 0,99%.

В целом по Белкоопсоюзу допущен чистый убыток в сумме 10,1 млн р. Уровень убыточности по общей деятельности составил 0,28%. Убыточная работа за 2016 г. допущена Витебским, Минским облпотребсоюзами и Гродненским облпотребсообществом. С убытками по общей деятельности в 2016 г. сработали 40 организаций потребительской кооперации (16,3% от общего количества).

За 2016 г. в целом по Белкоопсоюзу с учетом долгосрочных кредитов и займов допущен рост недостатка собственных оборотных средств на 39,5 млн р. и на 1 января 2017 г. он составил 133,5 млн р.

Основными источниками финансирования мероприятий по выполнению концепции являются собственные средства организаций потребительской кооперации, кредиты банков, другие источники (в том числе иностранные кредитные линии).

Инвестиции в 2016–2020 гг. будут направляться на строительство, реконструкцию и техническое перевооружение объектов потребительской кооперации, оснащение их современным оборудованием, обновление парка автомагазинов для обслуживания жителей малых населенных пунктов, в которых отсутствует стационарная торговая сеть.

Обеспечение стабильного функционирования и развития организаций планируется осуществлять на основе сбалансированной финансовой политики и достаточности источников финансирования для реализации стратегических программ и проектов, для чего предусматривается реализовать по каждой организации меры по повышению эффективности хозяйствования за счет увеличения доходности, снижения издержек производства и обращения, оптимизации потребности в собственных источниках формирования оборотных активов и сокращения просроченной кредиторской задолженности за счет ускорения оборачиваемости, увеличения сроков оплаты поставщиками, централизации товарных и денежных потоков.

Одним из основных и наиболее радикальных направлений финансового оздоровления организации потребительской кооперации является поиск внутренних резервов по увеличению прибыльности производства и достижению безубыточной работы за счет более полного использования производственной мощности организации, повышения качества и конкурентоспособности продукции, снижения ее себестоимости, рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сокращения непроизводительных расходов и потерь.

Основное внимание при этом необходимо уделить вопросам энергосбережения.

В соответствии с Директивой Президента Республики Беларусь от 14 июня 2007 г. № 3 «Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства» энергосбережение является одной из главных задач развития потребительской кооперации.

Основными концептуальными направлениями эффективного использования энергетических ресурсов организациями системы являются:

- снижение объемов потребления топливно-энергетических ресурсов и энергетической составляющей в себестоимости производимых товаров и предоставляемых услуг;
- изменение структуры топливно-энергетического баланса в сторону использования более дешевых энергоносителей, в том числе местных видов топлива и возобновляемых источников энергии;
- проведение реконструкции и модернизации предприятий системы с использованием прогрессивных энергоэффективных технологий и оборудования.

В 2016–2020 гг. за счет реализации мероприятий программ энергосбережения (внедрение современных энергоэффективных технологий и оборудования, замены неэффективных котлов и насосов, термомодернизации ограждающих конструкций зданий и т. д.) показатель энергосбережения сократится не менее чем на 4%.

Следует коренным образом пересмотреть торговую политику производственную программу, материально-техническое снабжение, организацию труда и начисление заработной платы, подбор и расстановку персонала, управление качеством продукции, рынки сырья и рынки сбыта продукции, инвестиционную и ценовую политику и другие вопросы с целью повышения конкурентоспособности основных отраслей и инфраструктурных формирований.

Использование этих и других резервов может несколько улучшить ситуацию в потребительской кооперации. Однако для дальнейшего развития потребительской кооперации, обеспечения ее конкурентных преимущественно на рынке товаров и услуг необходимо формировать рыночный механизм деятельности организаций системы [2].

Список использованной литературы

1. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск, 2016. – 20 с.

2. **Максименко, Н. В.** Основные элементы формирования рыночного механизма устойчивого развития потребительской кооперации / Н. В. Максименко. А. Н. Колесников // Потребит. кооп. – 2011. – № 11. – С. 11–19.

УДК 657(476)

С. К. Маталыцкая (matalytskaya_s@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕСА

В статье исследованы концепции формирования финансовых результатов для оценки эффективности функционирования бизнеса и разработки стратегии его развития.

The article explores the concepts of the formation of financial results for assessing the effectiveness of the functioning of the business and developing a strategy for its development.

Ключевые слова: учет; отчетность; прибыль (убыток).

Key words: accounting; reporting; profit (loss).

Основным показателем в системе целевых ориентиров организации и результатом ее деятельности выступают финансовые результаты. Финансовый результат как экономическая категория с одной стороны представляет собой выраженный в стоимостной оценке результат хозяйственной деятельности организации – прибыль или убыток, с другой – прирост (уменьше-

ние) стоимости собственного капитала и активов организации, образовавшийся в процессе ее финансово-хозяйственной деятельности организации за отчетный период. Таким образом, категория «прибыль» тесно связана с категорией «капитал».

Современная теория и практика финансового менеджмента предполагает различные общепринятые в отечественной и зарубежной практике подходы к определению прибыли. Теоретические и практические аспекты ведения бухгалтерского учета позволяют выделить основные концепции формирования прибыли (базовый подход) (рисунок 1).



Рисунок 1 – Подходы к определению прибыли в финансовом менеджменте

Примечание – Источник [1].

Первая концепция, получившая название экономическая, связана с формированием показателя прибыли (убытка) как основного показателя эффективности функционирования деятельности организации. Экономическую прибыль можно определить посредством изучения динамики рыночной стоимости капитала и использовать при оценке финансового состояния как фактор его улучшения. Исходя из принципов, предусмотренных Законом Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-З «О бухгалтерском учете и отчетности», бухгалтерский учет и отчетность основывается на «принципе преобладания экономического содержания». Применив данный принцип к показателям, характеризующим доходность бизнеса, прибыль (убыток) необходимо рассматривать как основной показатель эффективности функционирования деятельности организации. При таком подходе основным содержанием финансовых результатов является соответствие показателя прибыли отдаче средств на ресурсы, вложенные в организацию. Однако определенный таким образом показатель носит условный характер, так как отсутствует верифицируемая и объективная информационная база для расчета конечного финансового результата, что и обосновало появление бухгалтерской трактовки прибыли.

Вторая концепция, получившая название учетная, связана с формированием в бухгалтерском учете прибыли (убытка), направленной на поддержание собственного капитала организации, и, как следствие, отражение в нем показателя релевантного для моделей принятия решений как собственниками, так и иными лицами, имеющими определенную заинтересованность в организации, в которую был вложен капитал. С точки зрения бухгалтерии, релевантна та информация, которая, прежде всего, необходима и влияет на решения пользователя.

В бухгалтерском учете прибыль определяют путем сопоставления доходов и расходов организации, т. е. суммированием всех прибылей и убытков в разрезе видов экономической деятельности. Бухгалтерское определение прибыли находит отражение в действующем законодательстве, в частности, в постановлении Министерства финансов Республики Беларусь от 31 октября 2011 г. № 113 «Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету отложенных налоговых активов и обязательств». В МСФО (IAS 1) прибыль (убыток) рассматривается как общая сумма доходов за вычетом расходов, исключая компоненты прочего совокупного дохода, а в МСФО (IAS 12) бухгалтерская прибыль – прибыль или убыток за период до вычета расхода по налогу на прибыль [2]. В российском законодательстве бухгалтерское определение прибыли приведено в Налоговом кодексе Российской Федерации, где прибыль характеризуется как разница между полученными доходами и произведенными расходами, определяемыми в установленном порядке для различных категорий налогоплательщиков [3].

Если подходить к информации только с позиции бухгалтерского учета, то полученная информация будет ограничена в своей эффективности. Поэтому прибыль (убыток) целесообразно исследовать как часть собственного капитала и использовать как основной результатный и оценочный показатель, необходимый для обоснования эффективности принимаемых управленческих решений.

Каждая концепция направлена на достижение своих целей и выполняет определенную информационную нагрузку. Получаемая в бухгалтерском учете информация при использовании только одной концепции является неполной и ограниченной в своей эффективности. И как следствие, возникает необходимость разработки концепции формирования учетно-аналитического обеспечения многофункциональных финансовых результатов коммерческих организаций. Формирование многофункциональности финансовых результатов позволяет синергетическим путем решить комплекс задач, стоящих перед финансовым менеджментом.

При разработке концепции учетно-аналитического обеспечения организации о финансовых результатах необходимо учитывать их:

- дефинитивность – многообразие подходов к определению прибыли, в зависимости от запросов пользователей;
- алгоритмичность – большой перечень сопоставляемых доходов и расходов с учетом специфики деятельности организации;
- вариабельность – возможность различной оценки доходов и расходов, исходя из особенностей функционирования организации и ее учетной политики.

В Республике Беларусь, согласно действующему законодательству, в системе счетов бухгалтерского учета формируются и отражаются в бухгалтерской отчетности различные показатели прибыли (убытка) [4].

В Отчете о прибылях и убытках представлен порядок формирования показателей прибыли (убытка) (рисунок 2).

Сформированные в системе счетов бухгалтерского учета и отчетности показатели финансовых результатов выступают как основной информационный источник при оценке доходности бизнеса и расчете сбалансированных финансовых показателей. В системе сбалансированных финансовых показателей соединены показатели, представляющие интересы различных групп, участвующих в управлении предприятием.

Согласно Методическим рекомендациям по осуществлению мероприятий по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства) и проведению процедур экономической несостоятельности (банкротства), утвержденным приказом Министерства экономики Республики Беларусь от 6 апреля 2016 г. № 43, при диагностике и анализе риска экономической несостоятельности (банкротства) рассчитывается рентабельность продаж как отношение операционной прибыли к выраженному в денежных средствах объему продаж.

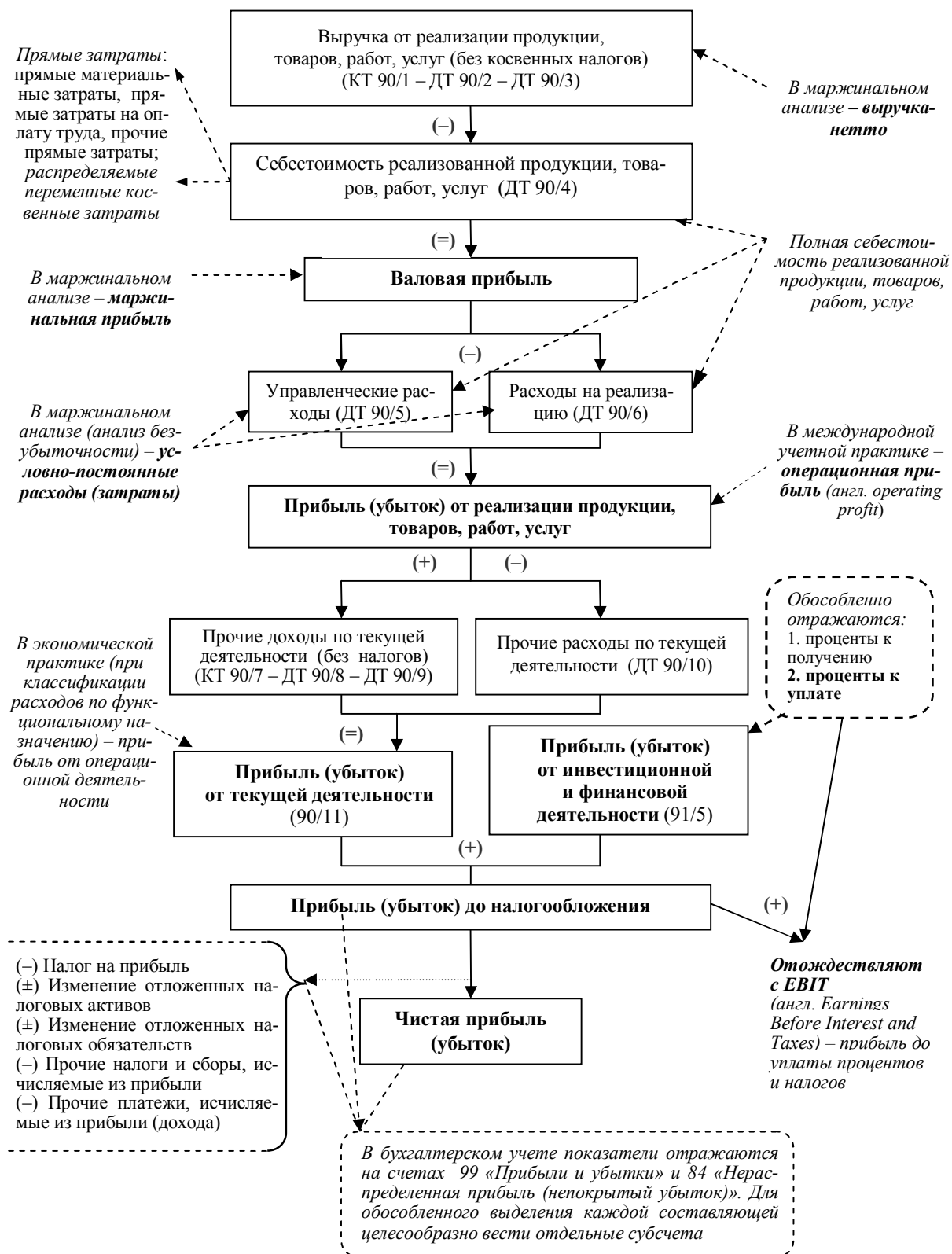


Рисунок 2 – Схема формирования прибыли (убытка)

Законодательством Республики Беларусь не предусмотрена методика расчета операционной прибыли. В экономической литературе понятие операционная прибыль часто рассматривается как синоним достаточно распространенному в международной практике оценки результативности бизнеса показателю ЕВІТ (прибыль до вычета процентов и налогов) и рассчитывается как разность между валовой прибылью и суммой управленческих и коммерческих расходов. Однако, исходя из экономической сущности показателя эффективности производственно-сбытовой деятельности организации (рентабельности продаж), в основу которого положен ис-

следуемый показатель «операционная прибыль», данную экономическую категорию можно рассматривать как синоним показателя «прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг», что соответствует ст. 30-1 Налогового кодекса Республики Беларусь [5]. Показатель ЕВІТ можно приравнять к показателю «прибыль (убыток) до налогообложения», отражаемому в Отчете о прибылях и убытках и увеличенному на показатель «проценты к уплате» [4].

При исследовании и оценке взаимосвязи между активами организации, выполняемыми функциями и величиной вознаграждения, рекомендуется использовать показатели доходности, рассчитанные по валовой прибыли, а при оценке эффективности бизнес-планов инвестиционных проектов, рекомендуется использовать показатели доходности, рассчитанные по чистой прибыли за период [5].

Такое разнообразие показателей и алгоритмов расчета, базой которых выступают финансовые результаты, дает двойной эффект. Как положительный эффект – позволяет оценить эффективность бизнеса со всех сторон и выявить причины роста (снижения) объемов деятельности организации, как отрицательный – при проведении межхозяйственного сравнительного анализа затрудняет соизмеримость полученных результатов без дополнительного согласования между организациями методик расчета.

Развитие информационной базы и системы показателей, характеризующих финансовые результаты, предполагает развитие инструментальных процедур и разработку методик бухгалтерского анализа для управления финансовыми результатами субъектов хозяйствования, что позволит:

- расширить возможности информационно-аналитического обеспечения управления организацией;
- реализовать на практике потенциальные возможности концепции сбалансированности факторов экономического развития организации, выраженного в стабильном и долгосрочном приросте собственного капитала и основного его компонента – прибыли.

Список использованной литературы

1. **Мануйленко, В. В.** Управление прибылью в акционерных обществах региона: теория и практика. Книга 1 : моногр. / В. В. Мануйленко, Т. А. Садовская ; под науч. ред. д-ра экон. наук В. В. Мануйленко. – М. : Финансы и статистика, 2014.
2. **О введении** в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 19 авг. 2016 г. № 657/20 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2016. – 5/42513.
3. **Налоговый** кодекс Российской Федерации : федер. Закон Рос. Федерации : принят Гос. Думой 16 июля 1998 г. : одобр. Советом Федерации 17 июля 1998 г. // КонсультантПлюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2017.
4. **Об утверждении** Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность» : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 12 дек. 2016 г. № 104 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2016. – 8/31602.
5. **Налоговый** Кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей Респ. Беларусь 11 дек. 2009 : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 18 дек. 2009 / Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2009. – № 71.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СФЕРЕ ТРУДА

Данная статья посвящена инновационным процессам в экономике на макро- и микроуровнях. Также уделяется внимание образованию как одному из главных факторов в сфере труда, влияющему на инновационные процессы и инновационное развитие.

This article is devoted to innovative processes in economy on macrolevel and microlevel. The attention is paid to education as to one of the main factors in the sphere of the work influencing innovative processes and innovative development.

Ключевые слова: инновации; инновационные процессы; экономический эффект; образование; производственная функция.

Key words: innovations; innovative processes; economic effect; education; production function.

В современной экономике в эпоху глобализации и интеграции инновационные процессы являются неотъемлемой составляющей любой экономики. Инновационные изменения затрагивают все субъекты хозяйствования, изменяя роль государства, домашних хозяйств и капитала в регулировании социально-экономических процессов, критериев эффективности, форм и механизмов включения индивида в общественное производство [1].

В конечном счете, все экономические процессы зависят от социально-производственных отношений, ключевым звеном которых являются трудовые отношения. Инновационные изменения, затронувшие рынок труда и трудовую сферу, выступают не только следствием процессов глобализации экономики, но и активно способствуют их развитию и выступают в качестве одной из движущих сил формирования экономики инноваций. Инновационные процессы зарождаются в отдельных отраслях науки, а завершаются в сфере производства, вызывая в ней прогрессивные, качественно новые изменения.

Инновации могут относиться как к технике и технологии, так и к формам организации производства и управления. Все они тесно взаимосвязаны и являются качественными ступенями в развитии производительных сил, повышения эффективности производства.

Выбор конкретного направления инновационного развития предприятия проводится на основе результатов диагностического анализа и оценки технико-организационного уровня производства и инновационной восприимчивости. Выделим некоторые критерии проводимой оценки:

- степень охвата рабочих автоматизированным трудом и степень использования роботехники;
- техническая оснащенность труда (энерговооруженность труда);
- доля новых технологий в общем объеме или трудоемкости продукции;
- средний возраст применяемых инновационных технологических процессов;
- удельный вес инновационного оборудования в общем объеме средств труда;
- уровень инновационной восприимчивости;
- доля технически и морально устаревшего оборудования в общей его численности;
- коэффициент технологической оснащенности производства и фондовооруженность и др.

Организационный прогресс выражается в совершенствовании действующих и применении новых методов и форм организации производства и труда, элементов хозяйственного механизма.

Для реализации современного производственного процесса необходимо его инновационное материально-техническое обеспечение и соответствующая организация, которая представляет рациональное и результативное соединение квалифицированной рабочей силы с вещественными элементами производства (предметами и орудиями труда инновационного характера).

Основным обобщающим показателем экономической результативности нововведений является показатель экономического эффекта. Показатель экономического эффекта от реализа-

ции нововведений определяется как превышение стоимостной оценки результатов над стоимостной оценкой совокупных затрат ресурсов за весь период осуществления мероприятий.

При расчетах экономического эффекта должны учитываться результаты не только по месту применения нововведений, но и в смежных отраслях с позиции их влияния на конечные показатели развития экономики страны [2, с. 159].

Одним из факторов в сфере труда, влияющим на инновационные процессы и инновационное развитие, является образование, которое способствует привлечению и формированию высокообразованных специалистов. Данный фактор играет ведущую роль в поддержании и дальнейшем инновационном развитии на микроуровне. Поэтому можно отметить, что на микроуровне предприятие набирается инновационного опыта по мере увеличения кумулятивного выпуска инновационной продукции, что отражено на рисунке 1.

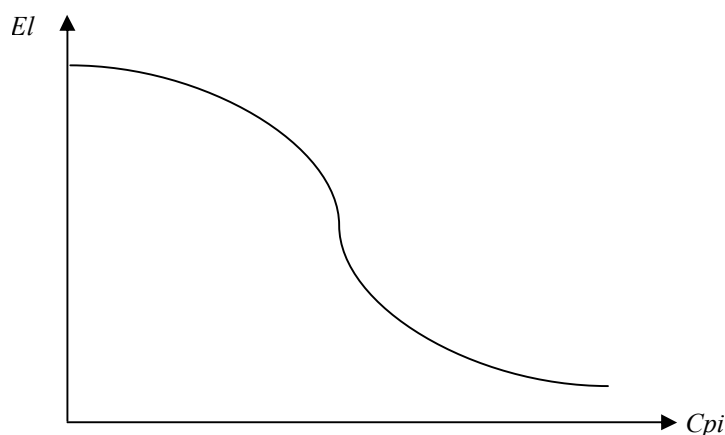


Рисунок 1 – Кривая обучения

Условные обозначения:

El – затраты труда на единицу инновационной продукции (в часах);

Cpi – кумулятивный выпуск;

Примечание – Источник [3, с. 35].

Таким образом, кривая обучения построена в соответствии с функцией:

$$El = \alpha + \beta Cpi^{-d}, \quad (1)$$

где α и β – положительные коэффициенты;

d – находится в интервале от 0 до 1.

Из представленного графика видно, что трудозатраты прямо пропорциональны издержкам производства, т. е. чем меньше количество затраченных часов на выпуск инновационной продукции, тем меньше средние издержки производства, что обратно пропорционально объему выпуска инноваций.

При кумулятивном выпуске, равном единице, затраты труда на единицу инновационной продукции можно представить следующей формулой:

$$El = \alpha + \beta, \quad (2)$$

где $\alpha + \beta$ измеряют затраты труда на производство первой единицы инновационной продукции.

Если $d > 0$ и кумулятивный выпуск растет, в силу чего затраты труда на единицу инновационной продукции стремятся к α , где α – это минимальные затраты на производство единицы инновационной продукции после окончания процесса обучения.

Если $d = 0$, затраты труда не изменяются при увеличении кумулятивного выпуска и обучение не происходит.

Чем больше будет значение d , тем более высокая отдача (эффект) от обучения у специалистов, занятых инновационным внедрением. В результате обучения издержки «экономически опытного» предприятия будут относительно низкими вне зависимости от эффекта масштаба выпуска. Если на предприятии действует положительный эффект масштаба, то предприятию целесообразно выпускать продукцию большими партиями для уменьшения издержек производства при переходе к крупномасштабным операциям при условии освоения обучения. Рассмотрим данное предположение, используя графический метод оценки (рисунок 2).

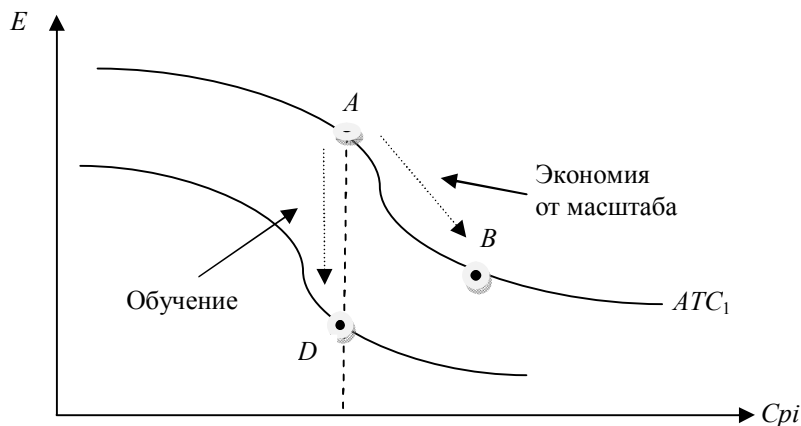


Рисунок 2 – Влияние эффекта обучения на уровень средних издержек

Примечание – Источник [1].

Одну из осей обозначим E , где будут учитываться издержки на единицу инновационной продукции (cost sofaunit of production), по другой оси отложим кумулятивное производство инновационной продукции, ATC_1 – средние издержки до начала обучения, ATC_2 – средние издержки в результате освоения обучения.

Представленная выше кривая иллюстрирует зависимость, которая показывает, что затраты труда на единицу инновационной продукции будут снижаться по мере расширения выпуска. В конечном счете общие издержки (затраты) труда на производство инновационной продукции будут увеличиваться, но меньшими темпами, чем увеличивается объем выпуска. Таким образом, можно сделать вывод, если ориентироваться только на первоначальные значительные затраты труда, то можно получить неверное представление о результативности будущего производства при внедрении инноваций.

В качестве количественной оценки можно предложить рассчитывать суммарный показатель материального вознаграждения (reward) работников по результатам реализации нововведения (инноваций) по формуле

$$\Delta Re = C \cdot E \cdot Q_{lp1} : Q_{lp2}, \quad (3)$$

где C – удельный вес (доля) фонда потребления в величине балансовой прибыли;

E – годовой экономический эффект (effect) от повышения рассматриваемого уровня производства в результате внедрения инноваций, р.;

Q_{lp1} до Q_{lp2} – уровень производства до внедрения инноваций и после внедрения.

Размер премии (bonus) конкретному работнику предприятия за повышение технического и технологического уровня производства в результате внедрения инноваций представим математически следующим образом:

$$B = (\Delta Re : n \cdot 12) \cdot IPF \cdot 100\%, \quad (4)$$

где n – количество рабочих, чел.;

IPF – коэффициент трудового участия, установленный n -му работнику с учетом личного вклада каждого в конечные результаты (в том числе и инновационные).

Основой для формирования инновационного развития предприятия являются внутренние ресурсы, которые при результативном сочетании впоследствии и будут формировать или участвовать в создании инновационного потенциала. Это трудовые ресурсы (L), капитал (K), сырье и материалы (N). Совокупность данных ресурсов представим производственной функцией

$$Y = f(L, K, N). \quad (5)$$

Иначе говоря, данная функция определяет продукт, созданный на отдельном предприятии, в отрасли. Факторы капитал, труд, сырье и материалы в данном случае имеют агрегированный характер, но нельзя не отметить, что они носят четко выраженные микроэкономические корни.

Позже уравнение (5) было специфицировано в виде производственной функции Кобба–Дугласа с эластичностью замены труда капиталом, равной 1

$$Y_t = A \cdot K_t^\alpha \cdot L_t^{1-\alpha}, \quad (6)$$

где A – пропорциональная переменная.

По нашему мнению, если формулу (5) дополнить качественным фактором – инновации, тогда производственную функцию можно записать следующим образом:

$$Y_t = F(K_t, L_t, N_t \cdot I(t)), \quad (7)$$

где $I(t)$ – инновации.

В формуле (7) мы умножили данный показатель на все имеющиеся ресурсы предприятия, поскольку при своем количественном росте он имеет качественное воздействие на остальные переменные.

В заключение отметим, что все инновационные процессы, происходящие на микроуровне и непосредственно в сфере труда, нуждаются в постоянном исследовании и мониторинге с целью достижения наибольшей эффективности.

Список использованной литературы

1. Шкиренко, Г. Инновационные процессы в трудовой сфере: проблемы и перспективы / Г. Шкиренко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.market.yandex.ru/product-galina-shkirenko...v...problemy-i>. – Дата доступа : 28.05.2017.
2. Додонов, О. В. Методы повышения инновационной активности в сфере труда в контексте реализации программ социально-экономического развития Республики Беларусь / О. В. Додонов // Економіка і організація управління : сб. наук. пр. / Донецьк. нац. ун-т ; редкол. : Л. В. Шаульська (гл. ред.) [и др.]. – Вінниця: ДонНУ, 2016. – Вип. 3(23). – С. 156–163.
3. Машевская, О. В. Анализ инновационной деятельности промышленных предприятий России / О. В. Машевская // Вестн. Самарск. муниципального ин-та упр. – 2015. – № 3. – С. 28–40.

К ВОПРОСУ ВЗАИМОСВЯЗИ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ И ОПЛАТЫ ТРУДА

В статье оспаривается точка зрения возможности опережения темпов роста заработной платы над темпами роста производительности труда для обеспечения эффективного развития экономики. Уделено внимание определению самих показателей производительности труда и средней заработной платы.

The article disputes the point of view of the possibility of advancing the growth rates of wages over the growth rates of labor productivity in order to ensure the effective development of the economy. Attention is paid to determining the indicators of labor productivity and the average wage.

Ключевые слова: производительность труда; средняя заработная плата; доход в расчете на одного человека; децильный коэффициент; номинальная заработная плата.

Key words: labor productivity; average wages; income per person; decile coefficient; nominal wages.

Тема взаимосвязи роста производительности труда и средней заработной платы довольно актуальна для современной экономики. В последнее время больше говорят о росте заработной платы и достижении ее среднего значения в размере 500 долл. США. Хотя Президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко, когда определил эту задачу на 2017 г., подчеркнул как условие рост производительности труда [1].

В соответствии с классической теорией экономики рост названных показателей должен быть синхронным. Если темпы роста производительности труда значительно перегоняют темпы роста средней заработной платы, то последствием является кризис перепроизводства. Противоположная ситуация ведет к появлению инфляционных процессов. Фактическая такая ситуация сложилась у нас в стране в начале 2011 г. как последствие значительного опережения темпов роста доходов населения в расчете на одного человека и средней номинальной начисленной заработной платы над темпами роста производительности труда по ВВП на протяжении ряда предыдущих лет (только в 2010 г. к предыдущему году рост среднономинальной заработной платы составил по нашим расчетам на основе данных Белстата порядка 24%, а производительности труда по ВВП – только 7%) [2].

Безусловно, в настоящее время взаимосвязь между данными показателями на уровне отдельных государств усложнилась, ввиду действия ряда монетарных факторов. Однако в целом указанной проблемы не удалось избежать, ввиду нарушения соотношения между ростом производительности труда и заработной платы. Особенно необходимость обеспечения данного соотношения проявляется на уровне организаций, хотя некоторые экономисты видят в сдерживании роста зарплат источник развития хозяйственной деятельности. Считается, что, экономя на заработной плате, организации могут сделать эффективные инвестиции, а это впоследствии позволит повысить заработную плату.

Сторонники данной точки зрения приводят примеры, доказывающие, что нет необходимости обеспечивать опережающий рост производительности труда. В частности, Китаю удалось продемонстрировать способность развиваться в условиях опережающего роста заработной платы; опережающими темпами росла заработная плата в СССР в период индустриализации [3].

По-нашему мнению, экономика страны действительно может модернизироваться в условиях опережающего роста средних доходов над производительностью труда. И здесь важно обратить внимание на сущность категорий доходы и заработная плата.

По Республике Беларусь заработная плата в доходах населения, начиная с 2006 г., снижается и составляет порядка 62%. Если проводить корректное сравнение именно темпов роста средней заработной платы и производительности труда, то соотношение является «железным», или «золотым» (по-разному его называют экономисты). Что же касается доходов, то четко установленной зависимости нет. В указанные 30-е гг. индустриализации в СССР источником развития были доходы частного сектора как результат НЭПа. С допуском частного сектора в экономику социалистического Китая возможно связан экономический рост и в этой стране.

Принципиальным является также использование показателя номинальной заработной платы, а не реальной. Реальная заработная плата отражает корректировку роста на уровень из-

менения цен и тарифов, а при расчете производительности труда по ВВП никакой корректировки не производится.

Много вопросов возникает и с объективностью измерения на уровне страны показателя средней заработной платы. При высоком децильном коэффициенте заработной платы, показывающем соотношение размера заработной платы 10% работников, получающих наибольший размер заработной платы, и 10% работников с наименьшим размером заработной платы, сущность средней теряется. В Республике Беларусь этот коэффициент в последние годы равен 4. По данным Всемирного банка, отражающего статистику с некоторым опозданием, данный показатель в сравнение с другими странами мира представлен на рисунке 1.

Эти данные подтверждают возможность использования показателя средней заработной платы для анализа как реально отражающего средний уровень заработной платы в стране.

Не может идти речь и об увеличении доли оплаты труда в создаваемой в Беларуси валовой добавленной стоимости. Зарплатоемкость валовой добавленной стоимости Беларуси находится на уровне передовых стран мира (Германии, Франции, США) и составляет, по данным МОТ, 58% (рисунок 2).

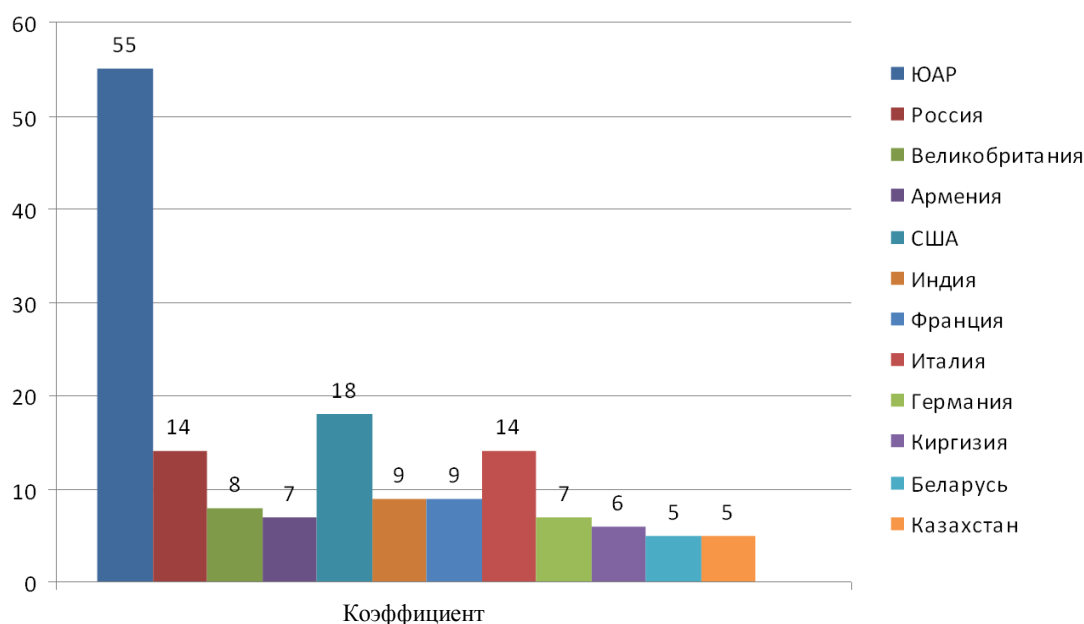


Рисунок 1 – Децильный коэффициент в странах мира (по данным Всемирного банка)

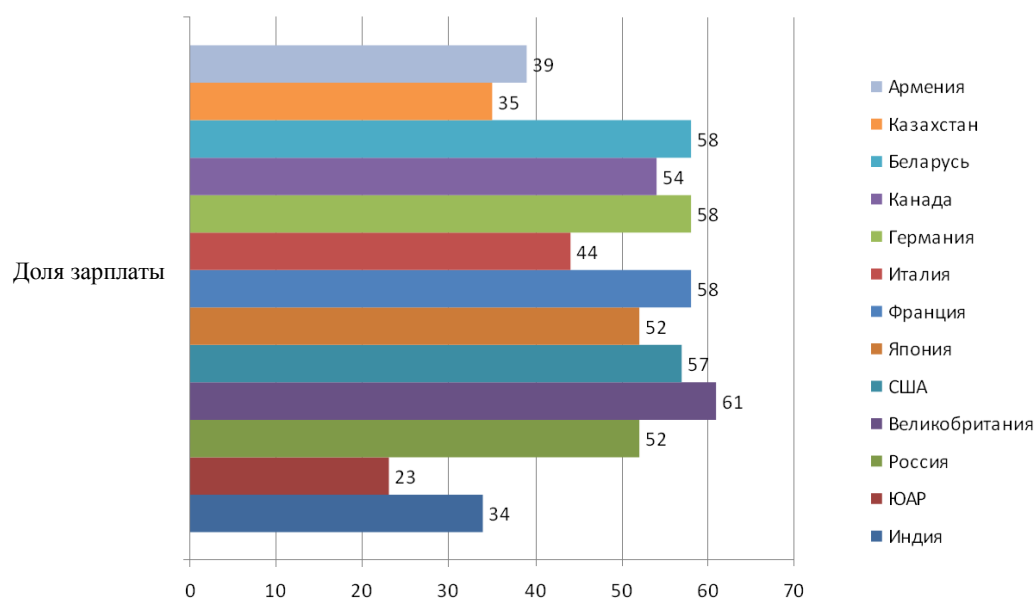


Рисунок 2 – Доля зарплаты в валовой добавленной стоимости отдельных стран мира (по данным МОТ)

По состоянию на май 2017 г. рост производительности труда в стране составил к январю–маю 2016 г. 102%. При этом реальные располагаемые денежные доходы снизились на 1,5%, номинальная начисленная заработная плата выросла на 8,9%, а реальная начисленная зарплата – на 1,5% [4].

В данном виде показатели не сопоставимы, так как заработная плата не указана в расчете на одного работника. Учитывая проводимую в названные месяцы политику на расширение занятости, можно предположить, что темп роста средней номинальной заработной платы будет ниже указанного. Однако 2% роста и 8,9% содержат значительную и невосполнимую разницу. То есть имеет место нарушение необходимого соотношения на уровне страны. Это в ситуации, когда в Беларуси поставлена цель постепенного приближения к европейскому уровню производительности труда. Об этом говорится в плане мероприятий по реализации Директивы № 3, который утвержден постановлением Совета Министров № 336 от 25 апреля 2016 г. Хотя МОТ отмечала в последнее время наличие разрыва между ростом заработной платы и производительности во многих странах, как в развивающихся, так и в развитых.

Что касается системы потребительской кооперации, то изучение взаимосвязи развития производительности труда и средней заработной платы в основных отраслях показало, что в основном требуемое соотношение выдерживается. Исключение составляло положение в общественном питании. Полагаем полученное задание по росту средней заработной платы до 520 бел. р. на фоне общего целевого показателя в 500 долл. США не будет способствовать нарушению требуемого соотношения.

И в заключение данной статьи, подготовленной специально для III Писаренковских чтений, необходимо обратить внимание на измерение производительности труда. Дело в том, что профессор, доктор экономических наук Н. П. Писаренко отстаивал необходимость введения в аналитическую практику показателя чистой продукции. Именно на основе этого показателя он предлагал определять производительность труда по всем отраслям для ее сравнимости.

К необходимости применения в этих целях показателя добавленной стоимости пришло и Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь, утвердив Методические рекомендации по расчету добавленной стоимости и добавленной стоимости на одного среднесписочного работника (производительности труда по добавленной стоимости) на уровне организации в 2012 г. Показатели чистой продукции и добавленной стоимости по сути отражают вклад организации во вновь создаваемый продукт. Чистая продукция не учитывает сумму амортизации, включаемую в добавленную стоимость.

Однако фактически отраслевая оценка производительности труда по-прежнему осуществляется на основе показателей выручки от реализации продукции, работ, услуг или объема производства продукции, работ, услуг. А недостатки данных показателей с точки зрения отражения в них ранее созданной стоимости, энергоемкости, материалоемкости и т. п. неоднократно описывались в статьях как научного, так и прикладного характера.

На уровне страны МОТ рассчитывает производительность труда как сумму ВВП, поделенную на количество работающих. ВВП служит основой для оценки динамики производства и потребления продукции в стране, поэтому его увеличение или падение отражает соответственно изменение производительности труда в стране. С этим доводом можно согласиться. Но на уровне отраслей и организаций, как мы полагаем, необходим переход к определению производительности по добавленной стоимости или чистой продукции.

Для потребительской кооперации как многоотраслевой системы вопрос оценки производительности труда по комплексу отраслей является немаловажным. Наиболее простой путь, используемый сегодня, – производить расчеты на основе показателя выручки от реализации товаров, работ, услуг – представляется нам неверным по причине наличия повторного счета даже в рамках системы.

Список использованной литературы

1. **Президент** поручил к 2017 г. вернуть среднюю зарплату на уровень 500 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belta.by/prezident/view/Lukashenko-poruchil-v-2017-goduvernut-srednju-zarplatu-na-uroven-500-219049-2016>. – Дата доступа : 10.07.2017.
2. **Беларусь** в цифрах 2016 : стат. справочник [Электронный ресурс]. – Режим доступа : belstat.gov.by. – Дата доступа : 12.07.2017.
3. **Дегтев, А.** Зарплата и производительность труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rusrand.ru/analytics/zarplata-i-proizvoditelnost-truda/>. – Дата доступа : 20.07. 2017.

4. **Официальная** статистика. Макроэкономика и окружающая среда [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/osnovnye-pokazateli/osnovnye-sotsialno-ekonomicheskie-pokazateli-respubliki-belarus-v-yanvare-fevrale-2016-g/>. – Дата доступа : 18.07.2017.

УДК 338.585

В. А. Мищенко (spezfak@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Л. В. Мищенко (Ludmila.v.m@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Рост конкуренции на рынке товаров, работ и услуг диктует необходимость изыскания возможностей снижения затрат на всех стадиях логистического процесса с целью повышения эффективности экономической деятельности организаций. При принятии решений по вопросам предпринимательской деятельности решающую роль играет систематизация учета и контроля логистических затрат. В статье рассмотрены основные направления оптимизации логистических затрат в торговых организациях потребительской кооперации.

Increasing competition in the market for goods, works and services dictates the need to find ways to reduce costs at all stages of the logistics process in order to improve the efficiency of economic activities of organizations. When deciding on matters of entrepreneurial activity the systematization of accounting and control of logistics costs plays a decisive role. The main directions of optimization of logistics costs in trade organizations of consumer cooperation are considered in the article.

Ключевые слова: логистические затраты; затраты на транспортные услуги; складские затраты; логистический аутсорсинг; управление затратами.

Key words: logistic costs; transportation costs; storage costs; logistics outsourcing; cost management.

В условиях современного рынка организации все больше ориентируются на потребителя, что проявляется в их стремлении к удовлетворению возможных потребностей клиентов.

Для конкретного потребителя высокий уровень качества определенного товара или услуги означает наличие такого сочетания потребительских свойств, которое удовлетворяет его потребности. Одним из таких важных свойств является стоимость товара или услуги, которая в значительной степени зависит от расходов, связанных с различными операциями и работами.

Снижение общих расходов может быть достигнуто путем применения принципов логистики в практике деятельности организации.

Логистика рассматривает организацию через призму затрат с целью их оптимизации, контроля и управления ими. Именно оптимизация затрат сегодня привлекает к логистике столь пристальное внимание, так как именно затраты оказывают основное влияние на прибыль организации, ради которой и строится весь бизнес.

Логистические затраты могут составлять около 20–30% стоимости продукции. Их сокращение значительно повышает конкурентоспособность организации [1].

Логистические стратегии построены на основе минимизации или максимизации одного ключевого показателя, например, общих логистических затрат. Однако при этом необходимо ввести ограничения на другие, существенные с точки зрения стратегии фирмы показатели.

Для стратегии минимизации общих логистических затрат таким показателем будет качество логистического сервиса. В общем случае чем выше требования потребителей к качеству логистического сервиса, тем выше должны быть логистические затраты, обеспечивающие этот уровень.

Поэтому естественным ограничением является ограничение на базовый уровень качества потребительского сервиса. В ряде случаев стратегия минимизации общих логистических затрат может быть трансформирована в стратегию максимизации отношения «уровень качества сервиса – общие логистические затраты».

Для оптимизации логистики в организации необходимо применять комплекс мероприятий, позволяющих снизить затраты не только в отдельном элементе цепи поставок, а в совокупности во всей цепи.

В первую очередь необходимо начать с планирования продаж и операций, что позволит оптимизировать закупки и уровень запасов.

Необходимо проанализировать весь ассортимент закупаемой продукции и определить ту его часть, которая приносит максимальный эффект, ведь 20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий – лишь 20% результата.

Также в организациях чаще всего накапливается от 60 до 120% запасов товара, что является критическим размером, который нужно срочно уменьшать на 50–100%. Оптимальных страхового запас должен составлять всего 7–17% от общего объема продаваемых продуктов [2].

Уменьшив запасы до такого уровня, организация автоматически получит прирост прибыли. Во всем мире для этого используют современные логистические методы: оптимизация работы склада, внедрение автоматизированных программ, организация поставок строго по графику. Все это может осуществляться организацией как самостоятельно, так и с привлечением сторонних профессионалов.

Оптимизация транспортной логистики позволит сократить затраты на перевозку товаров и время обслуживания клиентов за счет увеличения количества перевозимых товаров, увеличения точек доставки, уменьшения затрат на заработную плату (за счет сокращения количества водителей), уменьшения количества транспортных средств.

Первый вопрос, который встает здесь – какой вид транспортировки грузов выбрать: использовать собственный транспорт для доставки грузов или пользоваться услугами транспортно-экспедиционной компании? С одной стороны, себестоимость перевозок с помощью привлечения транспортно-логистических компаний примерно на 40% ниже за счет высокой производительности транспорта, с другой – при использовании собственного транспорта организация не будет зависеть от тарифов на услуги, появляется возможность более точного планирования перевозок и повышается качество услуг, оказываемых клиентам.

При использовании собственного или наемного транспорта необходимо формировать оптимальные маршруты доставки товаров. Для этого необходимо, прежде всего, выбрать критерий оптимизации – длина маршрута или время доставки, а также учитывать такие параметры, как зона доставки, график работы клиентов, порядок доставки груза, количество клиентов в рейсе. Можно использовать маятниковые или кольцевые маршруты. Необходимо разрабатывать такие маршруты, которые позволяют сократить количество порожних пробегов.

В отношении складского хранения есть следующая статистика: если «жизнь» товара взять за 100%, то всего 2% времени занимает его производство, 13% – уходит на перемещения, остальные 85% времени товар лежит на полках разных уровней – и бизнес несет прямые убытки.

В первую очередь встает вопрос о выборе технологии грузообработки и оптимизации складского технологического процесса на складе. Увеличение загруженности стеллажного оборудования и снижение складских остатков и, как следствие, увеличение оборачиваемости товарного запаса в дальнейшем позволит арендовать складские помещения меньшей площади и объемов или же сдавать освободившиеся складские площади в субаренду.

При решении этого вопроса необходимо учитывать финансовые возможности организации, объем товарооборота и другие. Собственный склад дает возможность изменять стратегию сбыта и расширять спектр предоставляемых клиентам услуг.

Но использование собственного склада экономически оправдывается при стабильно высоком спросе на продукцию. При нестабильном спросе, низком товарообороте, сезонном спросе на товар, а также при внедрении на новые рынки выгоднее использовать склады логистических операторов.

Все большее распространение получает логистический аутсорсинг, когда хранением и транспортировкой товара занимаются профессионалы. Логистика в этом случае выносится за пределы организации и становится платной услугой. В идеале профессионалы хранят товар в оборудованных помещениях, несут материальную ответственность, производят все операции по перегруппировке партий и доставляют товар на место. С аутсорсингом организация может сэкономить на зарплатах своего персонала, содержании склада, бензине и амортизации автомобилей.

Райпо, как и многие организации, имеют проблемы с нерациональной загрузкой транспорта. Это связано с неполным выполнением заявки из-за отсутствия того или иного товара на складе. Анализ показал, что средний процент выполнения заказов составляет около 80%.

Помимо стандартной системы учета расхода ГСМ, в которую входит учет километража, количества израсходованного топлива и чеки заправок, подающиеся водителями, необходимо использовать современные системы контроля расхода топлива, основанные на ГЛОНАСС GPS мониторинге, которые позволяют сократить затраты на ГСМ до 40% [3].

В последние годы наблюдается тенденция снижения логистических затрат в тех организациях, которые обладают высоким уровнем компетенций в области логистики, опытом и необходимыми методиками их оценки, планирования.

Известно, что чем больше партия закупаемой продукции, тем больше величина среднегодового запаса и больше размер расходов, связанных со складированием этого сырья, материалов.

Таким образом, управление затратами и обеспечение их снижения можно достичь не путем регулирования состава затрат на реализацию продукции, а посредством создания условий, при которых организации не только станут заинтересованы в снижении расходов, но и будут вынуждены это делать.

При планировании и подведении итогов хозяйственной деятельности наряду с количественными все большее внимание уделяется сейчас качественным показателям, в первую очередь показателям эффективности производства. При совершенствовании практики анализа себестоимости продукции необходимо ввести анализ затрат по центрам ответственности.

Главная цель анализа по центрам ответственности – выявление резервов роста прибыли за счет повышения активности сотрудников на всех уровнях. С этой целью строго регламентируются функции каждого руководителя на всех уровнях и соответствующим образом формируются и отражаются затраты в сметах и отчетах организации. Часто ответственность за определенную статью затрат может быть разделена.

Система учета и анализа затрат по центрам ответственности не будет действовать, если ответственность за расходы возложить на тех лиц, которые не обладают полномочиями контроля за их уровнем.

На низшем уровне отчет составляется более детальный, чем на высшем. Отчеты по исполнению сметы, как правило, сопровождаются пояснительной запиской руководителя центра ответственности, в которой раскрываются причины отклонения от сметы по каждой статье затрат и принимаемые корректирующие меры.

В процессе анализа сопоставляются фактические затраты с нормативными по каждому уровню ответственности и выявляются отклонения от плановых сумм только по тем видам затрат, которые контролируются на данном уровне. На высшем уровне ответственности анализируются качественные результаты деятельности организации в целом.

Анализируя затраты по центрам ответственности, аналитик объясняет причины отклонений фактических затрат от сметы, которые на протяжении года показываются нарастающей суммой, что позволяет контролировать эффективность принятых мер по устранению нежелательных отклонений.

Такая организация планирования, учета и анализа приводит к росту трудоемкости учетно-аналитического процесса, но значительно повышает и ответственность руководителей каждого уровня за сокращение расходов, связанных с их деятельностью, и способствует увеличению прибыли.

Оптимальность процесса управления расходами в современных условиях ориентирована на комплексное воздействие со стороны множества служб, отделов, что требует создания информационной модели относительно конкретного объекта управления.

В современном обществе при определении оптимальной величины расходов на реализацию нельзя однозначно говорить о снижении и минимизации расходов, и это обусловлено несколькими закономерностями развития отрасли. Поскольку общая величина расходов неоднородна и при росте товарооборота ее переменная часть будет увеличиваться, соответственно минимизировать расходы при увеличении масштабов деятельности невозможно. Кроме того, ограниченность ресурсов и постоянное увеличение их стоимости приводит к разным пропорциям в изменении товарооборота и расходов на реализацию. В отдельные периоды расходы на реализацию будут увеличиваться большими темпами, нежели объемы продаж.

Задача снижения величины затрат потребления также не может решаться при снижении величины расходов на реализацию торговых организаций. Увеличение чистых расходов будет опережать темп снижения величины дополнительных в общей их сумме.

Для решения проблемы снижения расходов на реализацию продукции в организациях потребительской кооперации должна быть разработана программа, которая должна ежегодно

корректироваться с учетом изменившихся в организации и в экономике страны обстоятельств и включать следующие блоки:

- комплекс мероприятий, направленный на более экономичное использование материальных ресурсов;
- мероприятия, связанные с определением и поддержанием оптимального размера организации, позволяющие минимизировать затраты в зависимости от объема деятельности;
- мероприятия, направленные на улучшение использования основных средств (освобождение организации от излишних машин и оборудования, сдача имущества организации в аренду, улучшение качества обслуживания и ремонта основных средств, обеспечение большей загрузки оборудования, применение ускоренной амортизации);
- мероприятия, направленные на улучшение использования рабочей силы (определение и поддержание оптимальной численности персонала, повышение уровня квалификации, обеспечение опережающего роста производительности труда над ростом заработной платы, применение прогрессивных форм оплаты труда, улучшение условий труда, механизация и автоматизация всех производственных процессов, совершенствование нормативной базы и др.).

Данная комплексная программа по снижению затрат должна иметь четкий механизм ее реализации. Экономический эффект можно получить только от всех мероприятий в комплексе, отдельно взятые мероприятия ожидаемого эффекта не дают.

В настоящее время при анализе фактических расходов на реализацию продукции, выявлении резервов и экономического эффекта от их снижения используется расчет по экономическим факторам. Экономические факторы наиболее полно охватывают все элементы процесса реализации продукции. Они отражают основные направления работы коллективов организаций по снижению расходов: повышение производительности труда, внедрение передовой техники и технологий, лучшее использование оборудования, сокращение административно-управленческих и других накладных расходов.

Разноплановые типологические признаки логистических затрат, представленные в работах отдельных авторов, не позволяют дать их обобщенную всестороннюю характеристику, в связи с чем актуален вопрос о типологии логистических затрат, необходимой для их идентификации на отечественных предприятиях.

С учетом особенностей и многообразия логистических затрат можно предложить следующие типологические признаки: экономические элементы; основные стадии движения материального потока (закупки, производства и распределения); центры логистических затрат; статьи калькуляции; характер связи затрат с объемом логистической деятельности; характер их отнесения к определенному объекту; периодичность возникновения; возможность охвата планированием; взаимосвязь с основными сферами логистики.

Список использованной литературы

1. **Кузнецова, Т. В.** Логистические затраты: экономическое содержание, состав, типология / Т. В. Кузнецова // Экономика и управление. – 2012. – № 3. – С. 29–34.
2. **Миротин, Л. Б.** Эффективная логистика / Л. Б. Миротин, О. Г. Порошина. – М. : Экзамен, 2013. – 160 с.
3. **Оптимизация** транспортных издержек [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.slavsant.com>. – Дата доступа : 25.08.2017.

ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНТЕГРИРОВАННЫХ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ФОРМИРОВАНИЯХ МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА

Практика показывает, что в условиях социально ориентированной экономики происходят стремительные изменения, связанные со спецификой рыночных отношений, переход от интересов производителя к переориентации его на потребителя, с учетом их предпочтений, что возможно лишь при насыщении рынка и возникновения добросовестной конкуренции. При этом маркетинговая деятельность становится равноправным объектом управления, наряду с производством, финансами, кадрами и т.д., что в свою очередь позволяет вырабатывать грамотные управленческие решения в области формирования маркетинговой стратегии для всего интегрированного объединения.

Practice shows that under the conditions of socially oriented economy there are rapid changes related to the specificity of market relations, the transition from the interests of the producer to its reorientation to the consumer, taking into account their preferences, which is possible only if the market is saturated and fair competition arises. At the same time, marketing activity becomes an equal object of management along with production, finance, personnel, etc., which in turn allows us to develop competent management solutions in the field of forming a marketing strategy for the entire integrated association.

Ключевые слова: маркетинг; маркетинговая стратегия; интеграция; холдинг; маркетинговая деятельность.

Key words: marketing; marketing strategy; integration; holding; marketing activity.

Отечественный агропромышленный комплекс характеризуется многообразием организационно-хозяйственных форм. Это способствует использованию различных подходов к организации маркетинговой деятельности, начиная с разработки программы деятельности отдельного предприятия и заканчивая оценкой ее результативности.

В данном контексте для выявления особенностей организации маркетинга в интегрированных формированиях проведен анализ сложившейся практики управления маркетингом, включающий следующее:

- выявление основных субъектов, маркетинговых отношений на предприятиях перерабатывающей промышленности;
- формирование стратегии, направленной на увеличение доли рынка, повышение конкурентоспособности, расширение ассортимента, обеспечение качества продукции, продвижения товаров, получение прибыли, проведение рыночных исследований и т. д.;
- определение методов, способствующих комплексному решению задач по организации сбыта и продвижения маркетинговых и т. д.

Анализ организации маркетинговой деятельности нами выполнен на примере холдинга «Мясомолпром». Так, в состав холдинга в настоящее время входят управляющая компания и дочерние компании, из которых 4 молокоперерабатывающие организации, в состав которых входит 10 филиалов и 4 производственных участка; 3 мясокомбината и 2 филиала; сбытовая сеть из 23 фирменных магазинов расположенных на внутреннем рынке, 135 секций, 74 ведомственных магазинов и 3 сбытовые компании за рубежом. В соответствии с концепцией развития в состав предприятий холдинга включены 16 сельскохозяйственных филиалов, которые являются недостаточно эффективными предприятиями, что повышает финансовую нагрузку на головные перерабатывающие предприятия и ухудшает общие финансовые показатели всего объединения.

Система маркетинга в интегрированном формировании направлена, прежде всего, на улучшение показателей деятельности сельхозпроизводителей продукции и переработчиков сырья. Так, в сфере производства готовой мясной продукции в состав холдинга входят ОАО «Борисовский мясокомбинат № 1», ОАО «Слуцкий мясокомбинат», ОАО «Минский мясокомбинат» [1].

На период исследования холдинг имел сложную организационную структуру, включающую в себя предприятия консервной отрасли, филиалы и производственные участки по производству сельскохозяйственного сырья, сбытовую сеть (фирменная, розничная и оптовая торговля), а также непрофильные активы (гостиницы, рестораны), перерабатывающие предпри-

ятия. Сложившаяся структура требует значительного количества специалистов разных профилей, слаженной системы координации работы всех уровней управления, что вызывает рост затрат на предприятии, увеличивает влияние «человеческого фактора» и снижает эффективность функцию контроля.

Исследования показали, что действующая организационно-маркетинговая структура в холдинге имеет разрозненные отделы маркетинга, неэффективную структуру коммерческой службы, отсутствие консолидированного управления логистикой, товародвижением, сервисным обслуживанием и снабжением, неоправданно большой штат сотрудников, при этом отсутствие централизации маркетинговой деятельности в интегрированной структуре увеличивают затраты на исследование рынков, рекламу, информационные взаимодействия внутри холдинга, на разработку и согласование планов маркетинга предприятиями-участниками.

Необходимо отметить, что механизм взаимоотношений управляющей компании холдинга с дочерними компаниями в соответствии с договором доверительного управления строится на основе оказания информационно-консультационных услуг по следующим направлениям:

- планирование производства и экономического анализа;
- организация труда и его оплата;
- бухгалтерский учет, финансовые вопросы и банковское обслуживание;
- государственная статистическая отчетность;
- формирование технической, технологической политики;
- формирование автотранспортных услуг;
- применение действующего законодательства Республики Беларусь;
- организация движения сырьевых потоков, загрузка производственных мощностей;
- соблюдение санитарного и лабораторного контроля;
- согласование (координация) внешнеэкономической деятельности;
- соблюдение выполнения госзаказа, реализации продукции на рынке Республики Беларусь;
- оказание содействия в организации фирменной торговли, выставок, ярмарок;
- кадровая работа;
- обеспечение производства необходимыми материальными ценностями в соответствии с потребностями предприятий;
- ведение производственного учета;
- применение норм расхода сырья на единицу вырабатываемой продукции;
- разработка нормативной документации на выпускаемую продукцию;
- соблюдение ИСО-9000;
- реализация инвестиционных проектов, связанных с модернизацией и переоснащением производства.

Анализ структуры переработки молока и мяса участниками холдинга за 2015–2016 гг. показал, что в производстве молочной и мясной продукции произошли существенные изменения. Так, если в 2015 г. преобладала цельномолочная продукция, которая составила 37,9% от общего объема производства, то в настоящее время всего 29%, лидирующую позицию занимает масло животное – 48%, сыры жирные – 17, сливки пастеризованные – 5%.

В общем объеме переработанного мяса за 2016 г. первую позицию составили колбасные изделия 48%, вторую – мясо и субпродукты – 32%, третью – мясные полуфабрикаты – 19%, небольшую долю занимают консервы – 1%.

С учетом современных рыночных и финансово-экономических реалий в работе холдинга «Мясомолпром» возник ряд проблемных вопросов, которые оказывают крайне негативное воздействие на его финансово-экономические результаты работы. Показатели объемов производства, прибыли от реализации продукции, отпускных цен и складских запасов участников холдинговой структуры за 2015–2016 гг. свидетельствует о том, что из поступившего сырья перерабатывающие предприятия произвели товарной продукции в фактических ценах на сумму 1 277,9 млн р., что составило 110,8% к уровню прошлого года, молочной продукции произвели на сумму 1 010,8 млн р., темп роста составил 118,7%, мясной продукции – на сумму 267,1 млн р., темп роста – 88,5%. Так, чистый убыток предприятий за 2016 г. составил 2,0 млн р. (25,8 млн р. прибыли получено предприятиями молочной отрасли и 28,0 млн р. убытков предприятиями мясной отрасли), из них убыточными являются все три мясокомбината.

Одной из проблем на период исследований является дефицит мясного сырья. Так, за 2016 г. на перерабатывающие предприятия Минской области и г. Минска, входящие в состав холдинга «Мясомолпром», от сельскохозяйственных организаций, населения и прочих поставщиков поступило 1 295,2 тыс. т молока, или 98,5% к уровню прошлого года, 74,7 тыс. т скота, или 82,4%, 1 471,1 тыс. т молока и 90,6 тыс. т скота в живом весе, что составило к уровню аналогичного периода прошлого года соответственно 107,3 и 88,3% [2].

Анализ показывает, что при функционировании интегрированного формирования важно не только использовать маркетинговые подходы для поиска партнеров по интеграции, разрабатывать товарную политику на основе изучения покупательского поведения, но и оценивать целевые рынки сбыта, на которых компания планирует осуществлять свою торговую деятельность. Знание рынка позволяет разработать перспективные планы и выстраивать стратегию и политику функционирования холдинга на рынке.

Установлено, что на внутреннем рынке мясной продукции основными конкурентами мясоперерабатывающих предприятий, входящих в состав холдинга, являются производители мясоперерабатывающей промышленности системы Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь (более 20 участников). Для определения сложившегося удельного веса мясоперерабатывающих предприятий холдинга относительно всего рынка мясной продукции при сложившейся конъюнктуре нами рассчитан их удельный вес по различным видам мясной продукции со следующими диапазонами: 8–16%, 5–8, 3–5, 0–3%. Так, наибольший удельный вес на мясном рынке по мясу и субпродуктам занимают ОАО «Брестский мясокомбинат» – 9,9%, ОАО «Березовский мясокомбинат» – 9,4%. Участники холдинга «Мясомолпром» входят в третий блок по показателям, так как их удельный вес в разрезе представленных мясных продуктов колеблется в пределах 3–5%, что подтверждает негативную тенденцию по их присутствию на внутреннем рынке по основным видам продукции. Сложившаяся ситуация нацеливает на разработку единой стратегии выхода на внутренний рынок участников объединения, которая позволит увеличить удельный вес на рынке по ряду мясных продуктов от 3,6–13,1%.

Исследованиями установлено, что значительное место в организации маркетинговой деятельности участников холдинга отводится *сбытовой политике*, которая направлена на оптимизацию системы связей производства и торговли, включая оптовую и розничную продажу, транспортировку и хранение, целью которой является удержание позиций на региональном рынке и привлечение новых клиентов, а также управление конкурентоспособностью мясной продукции.

При этом основным потребителем продукции холдинга на внутреннем рынке является население Минска и Минской области, и лишь незначительная часть ее поставляется в другие области и за пределы Республики Беларусь. Продукция поставляется большей частью через торговые предприятия, систему общепита и другим потребителям по заявкам торгующих организаций и фирменную торговлю.

Проведенный анализ реализации по видам мясной продукции участниками холдинга на внутреннем рынке позволил установить, что за анализируемый период 2014–2016 гг. в ОАО «Борисовский мясокомбинат» спад по говядине составил 96,1%, жирам животного происхождения – 82,9%, мясным полуфабрикатам – 71,6%, колбасным изделиям – 73,3%, субпродуктам I категории – на 71,2%; в ОАО «Минский мясокомбинат» снизились продажи мясных полуфабрикатов на 21%, субпродуктов I категории – на 25,6%; ОАО «Слуцкий мясокомбинат» по говядине снизил реализацию на 85,8%, свинине – 35,3%. Вместе с тем в ОАО «Минский мясокомбинат» наблюдается увеличение по говядине на 3%, колбасных изделий – 15,9%, в ОАО «Слуцкий мясокомбинат» по субпродуктам I категории – 31,4%.

Установлено, что в настоящее время предприятиями мясоперерабатывающей промышленности холдинга реализуется продукция на внешний рынок по нескольким позициям: мясо говядины и субпродукты I категории, консервы мясные, жир, колбасные изделия. Так, снижение по говядине в ОАО «Борисовский мясокомбинат» составило 83,1%, в ОАО «Минский мясокомбинат» – 43,2%, в ОАО «Слуцкий мясокомбинат» – 53% и вырезку говяжью – 46,1%, по колбасным изделиям снижение произошло в ОАО «Борисовский мясокомбинат» – 35,7%, в ОАО «Слуцкий мясокомбинат» – 55,6%. Увеличение реализации по колбасным изделиям в ОАО «Минский мясокомбинат» наблюдается в 4,6 раза. Очевидно, что снижение темпов экспорта влечет за собой существенное недополучение валютной выручки.

Анализ поступления сырья, продвижения и сбыта готовой продукции на рынок участниками холдинга «Мясомолпром» позволил определить, что в организации товародвижения су-

существует ряд причин, сдерживающих его эффективное развитие, среди которых дефицит мясного сырья, низкий процент использования производственных мощностей, разобщенность между дочерними предприятиями и управляющей компанией в плане выработки единой маркетинговой стратегии на долгосрочную перспективу; снижение платежеспособного спроса населения; внешние административные барьеры и т. д.

Проведенный анализ затрат на маркетинг за 2014–2016 гг. (реклама, продвижение продукции, узнаваемость бренда и т. д.) позволил установить, что по всем позициям наблюдается неустойчивая тенденция расходов на рекламную деятельность, что свидетельствует о слабо реализуемой коммуникативной политике и отсутствии системного подхода к освоению комплекса маркетинга участниками холдинга.

Установлено, что в настоящее время сформировался набор взаимосвязанных товарных позиций, который образует ассортиментную группу, мясоперерабатывающими предприятиями производится более 300 наименований колбасных изделий, копченостей и субпродуктов и более 200 полуфабрикатов. В данном контексте с учетом широкого ассортимента выпускаемой продукции холдингами направлениями совершенствования маркетинговой деятельности являются:

- обоснование товарной политики в целях оптимизации товарного ассортимента;
- разработка и внедрение новых товаров с отличительными свойствами и товарной характеристикой, которых нет у конкурентов;
- расширение существующего ассортимента с учетом мнений покупателей;
- минимизация выпуска бесперспективной продукции, не пользующейся спросом.

Следовательно, управление товарной политикой в интегрированном формировании является основным инструментом маркетинга, состоящим из совокупности целенаправленных решений и мер, влияющих на оптимизацию номенклатуры выпускаемой продукции, управление ассортиментом, улучшение качества и конкурентоспособности товара, разработку упаковки и маркировки и др.

Проведенный анализ управления маркетинговой деятельностью в холдинге позволил выявить следующие основные проблемы, которые оказывают негативное воздействие на финансово-экономические результаты работы:

- Разрозненные отделы маркетинга препятствуют формированию централизации маркетинговой деятельности в интегрированном формировании, увеличивают затраты на исследование рынков, рекламу; информационные взаимодействия внутри холдинга, содержание большого штата сотрудников на разработку и согласование планов маркетинга участниками объединения, дублирующие функции сбытовых подразделений дочерних организаций.

- Наличие внутрихолдинговой конкуренции, невыработанный единый механизм ценообразования.

- Сложная организационная маркетинговая структура, децентрализованная сбытовая сеть (фирменная торговля, розничная торговля, оптовая торговля). Данная структура требует большого количества специалистов разных профилей, сложной системы координации работы и большого количества уровней управления. При этом большие масштабы и сложность таких систем не позволяют им работать максимально эффективным образом, а руководители предприятий вынуждены заниматься управлением непрофильных для себя направлений деятельности или расширять штат своих заместителей.

Также важной проблемой является следующее:

- отсутствие совместной комплексной стратегии продвижения продукции на внутренний и внешний рынки;

- отсутствие централизованного фонда, которое ведет к недостатку собственных средств на закупку оборотных средств, а также модернизации производства, которая приводит к тому, что предприятия вынуждены постоянно прибегать к банковским кредитным ресурсам, причем далеко не всегда на выгодных условиях (чем хуже финансовое состояние предприятия и выше срочность получения денег, тем, как правило, более высокие ставки устанавливаются банками);

- отсутствие единого центра торгово-закупочной деятельности для повышения эффективности за счет эффекта масштаба (скидки), применения современных методов (активные продажи) и повышения контроля за данной деятельностью, системы дифференцированных расчетов за сырье с учетом его качества;

- отсутствие единых для всех предприятий стандартов по всем направлениям деятельности (для каждого подразделения и категории сотрудников), которое не позволяет реализовать

единую систему качества продукции и работы, что не позволит эффективно работать в условиях единого бренда и значительно снижает эффективность управления и контроля на всех его уровнях;

• отсутствие транспортно-логистического направления, которое позволило бы выполнять следующие функции:

- логистика поставок продукции;
- логистика поставок сырья и материалов;
- логистика поставок оборудования [3].

Таким образом, проведенные исследования позволили установить, что маркетинг в условиях функционирования интегрированных формирований выступает в роли инструмента управления производственно-сбытовой деятельностью холдинга, целью которого является эффективное удовлетворение потребительского спроса. Поэтому от грамотного формирования и успешной реализации маркетинговой политики во многом зависит осуществление необходимого уровня обслуживания потребителей и прирост основных экономических показателей объединения.

Список использованной литературы

1. **Мясная** промышленность Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.investinbelarus.by/docs/-1483.pdf>. – Дата доступа : 10.06.2017.
2. **Национальный** статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа : 19.07.2017.
3. **О некоторых** вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь от 28 дек. 2009 г. № 660 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

УДК 331.101.26

Н. Т. Рудь (ntrud@i.ua),

д-р экон. наук, профессор

*Луцкий национальный технический
университет
г. Луцк, Украина*

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА ДЛЯ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье исследованы способы повышения производительности труда на основе активизации человеческого фактора. Показано, что максимальный результат можно достичь только при эффективной организации труда. Отмечено влияние инновационной деятельности на эффективность производства. Сформулированы особенности инновационного труда. Выделены характеристики творчества и стандартизации. Предложены способы повышения производительности труда в зависимости от методов активизации деятельности персонала.

There are investigated the ways of increasing labor productivity based on of activating the human factor in article. It is shown that the maximum result can be achieved only with the effective organization of labor. The influence of innovation on the efficiency of production is noted. The features of innovative work are formulated. Characteristics of creativity and standardization are singled out. Methods for increasing labor productivity are proposed, depending on the methods for activating the work of personnel.

Ключевые слова: эффективность; инновационная деятельность; творчество; мотивация; стимулирование; продуктивность труда.

Key words: efficiency; innovative activity; creativity; motivation; stimulation; labor productivity.

В условиях функционирования рыночной системы хозяйствования предприятия стоят перед необходимостью действовать в конкурентной среде, находить и расширять свою «нишу» на рынке товаров и услуг, овладевать новым типом экономического поведения, постоянно подтверждать свою конкурентоспособность. В связи с этим должен расти вклад каждого работника в достижение целей предприятия, а одной из главных задач каждого предприятия становится

поиск эффективных способов повышения производительности труда на основе активизации человеческого фактора.

Наличие у работников надлежащей профессиональной подготовки, навыков, опыта не является гарантией высокой эффективности труда. «Локомотивом» их активной трудовой деятельности является мотивация и стимулирование. Постоянные изменения в конкурентной среде, законодательной базе, интеграция в международное пространство на рынке труда обуславливают необходимость переосмысления проблем трудовой мотивации, которая могла бы не только обеспечивать финансовую устойчивость субъектов бизнеса, но и положительно влиять на формирование инновационного творческого подхода к развитию предпринимательской деятельности.

Если оценить государственный подход к проблемам мотивации, то он в большинстве случаев сводится к формализации данной проблемы и только в сфере материальной мотивации имеет определенные положительные сдвиги. Механизм мотивации включает комплекс экономических приемов и средств социального и морально-психологического характера, которые являются побудительными мотивами к труду. Решающую роль в оценке мотивации труда в условиях отечественной экономики имеют материальное поощрение и заработная плата. Проблемы мотивации трудовой деятельности многофакторные и зависят от влияния государственной политики по регулированию рынка труда и политики [1, с. 80].

Значение инновационной деятельности постепенно возрастает в условиях рыночной экономики, она влияет на эффективность производства, является решающей предпосылкой развития предприятия. Даже лучшее оборудование и новейшая техника не дадут высокой производительности без их эффективного обслуживания, максимальный результат можно достичь только при эффективной организации труда.

Организация труда – это объединение непосредственных производителей и средств производства для создания благоприятных условий и получения высоких конечных результатов. Организация труда является необходимостью и неотъемлемой частью трудовой деятельности человека. Она способствует совершенствованию процессов труда, структуры производства и достижения высокой эффективности [2].

Эволюционное развитие общества сопровождается качественными изменениями характера производительных сил и социально-экономических отношений, модификацией роли личного фактора – уменьшение его значения с переходом от мануфактурного к машинному способу производства и обратных изменений под влиянием научно-технического прогресса, при котором работник становится активной преобразовательной силой производственного процесса [3].

При всем разнообразии подходов к определению организации труда необходимо учитывать особенности инновационной деятельности, заключающиеся в следующем:

- сопротивление персонала (инновационная деятельность приводит к изменениям, которые в свою очередь ведут к сопротивлению персонала);
- творческая деятельность (в основе любой предпринимательской инновации лежит творческая идея, возникающая у предпринимателя, членов его команды, подана извне, без наличия подобной идеи инновация не может произойти);
- сложность измерения результатов инновационной деятельности (связано с неопределенностью результата их коммерциализации и отдаленностью во времени получаемых результатов);
- недостаток средств на подготовку, обучение и материальное стимулирование персонала (по данным Государственного комитета статистики Украины расходы на подготовку, обучение и материальное стимулирование персонала не выделяются в отдельную статью расходов предприятий, а относятся к группе «другие расходы», что в общем объеме составляет 19% [4]).

Одной из основных отличительных особенностей инновационной деятельности является ее творческая составляющая. Творчество – это деятельность, результатом которой является создание новых материальных и духовных ценностей. Благодаря способностям и мотивам, знаниям и умениям личности создается новая, оригинальная и уникальная продукция. Творчество является способностью индивида генерировать идеи, по-новому и оригинально принимать решения; это процесс развития и создания идей, который следует поощрять с целью создания новшеств.

С учетом вышеприведенного организация труда выступает не только условием эффективности коммерциализации инновации, но и факторам развития творчества, которая ведет к генерации идеи и разработке инновации. Творчество является связующим звеном между орга-

низацией труда, разработкой инноваций и их коммерциализацией. Однако не все составляющие организации труда должны использовать творческий подход, поскольку цель и результат труда должны быть стандартизированы. Стандартизация – это деятельность по определению стандартов. Стандарт – образец, эталон, с которым сравнивают другие подобные объекты. Деятельность по определению стандартов – стандартизация.

Для формирования эффективной организации труда, которая будет способствовать разработке и освоению инноваций, предлагается разделить элементы организации труда на творческие и стандартизированные. Стандартизированными должны быть постановка цели работы, а также требования по выполнению работ, обеспечивающих безопасные условия труда и качество продукции (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика подходов к организации труда

Творчество	Стандартизация
Разделение труда	Цель труда
Кооперация труда	Создание безопасных и здоровых условий труда
Нормирование труда	Организация рабочего места
Подбор, подготовка, переподготовка и повышение квалификации работников	Организация обслуживания рабочего места
Организация оплаты и материального стимулирования труда	Дисциплина труда
Планирование, учет и анализ труда	Результат труда
Приемы и методы труда	–
Контроль за качеством работы	–

В то же время стандартизированные методы и средства, используемые в работе, должны дополняться творческим подходом, что приведет к привлечению людей к работе, позволит реализовать творческий потенциал работника, найти лучшие методы выполнения работ, повысить квалификацию работников. Использование творческого подхода к организации труда позволит решить основные проблемы инновационной деятельности: преодолеть сопротивление персонала, стимулировать персонал к инновационной деятельности и тому подобное.

Таким образом, можно трактовать организацию труда как творческий процесс согласованного взаимодействия системных ресурсов деятельности предприятия (организации) для достижения поставленной цели.

Методы активизации работы аналогичны методам, которые используются в управлении персоналом вообще. Среди них есть общие, широко применяемые в управлении другими объектами (производством, национальной экономикой в целом): административные, экономические, социальные и значительное количество конкретных частных методов. Управление персоналом и, в частности, активизацией труда должно основываться на принципах системного подхода и анализа, что означает охват всего кадрового состава предприятия, увязку конкретных решений в пределах подсистемы с учетом влияния их на всю систему в целом, анализ и принятие решений в отношении персонала с учетом факторов внешней и внутренней среды во всей полноте взаимосвязей.

Эффективность деятельности тесно связана со стимулированием и трудовой мотивацией работников. Мотивация и стимулирование научно-инновационного труда предусматривает повышение умственной активности, поиск нестандартных решений, поддержку атмосферы творчества и получения при этом высоких коммерческих результатов, поскольку этого требует рынок. По нашему мнению, повышение производительности труда включает:

- внутреннюю мотивацию, а именно интеллектуальные, моральные, материальные мотивы (я хочу);
- стимулирование труда, которое характеризуется методом воздействия, видом стимулирования, уровнем стимулирования (ты можешь).

Интеллектуальные мотивы – стремление к познанию и созданию нового, попытки решать сложные задачи, интеллектуальное саморазвитие. Нравственные мотивы – стремление получить признание, желание выделиться среди коллег, достичь популярности. Материальные мотивы – отдельные материальные блага, получение определенной должности. Стимулирование по методу воздействия бывает административное, морально-психологическое, социальное, по виду – внешнее, внутреннее, по уровню – государственное, региональное, локальное.

К факторам, которые обуславливают поведение работника и которые нужно учитывать в практике мотивации его трудовой деятельности, относятся физический тип личности (возраст, пол и т. д.), уровень самосознания и образованности, профессиональная подготовка, психологический климат в коллективе, влияние внешней среды и тому подобное.

Система активизации на уровне предприятия должна базироваться на определенных требованиях, а именно:

- на предоставлении равных возможностей в области занятости и должностного продвижения по критерию результативности труда;
- на согласовании уровня оплаты труда с ее результатами и признания личного вклада в общий успех, который предусматривает справедливое распределение доходов в зависимости от степени повышения производительности труда;
- на создании условий для защиты здоровья, безопасности труда и благосостояния всех работников;
- на обеспечении возможностей для роста профессионального мастерства, реализации способностей работников, т. е. разработка программ обучения, повышения квалификации и переквалификации;
- на поддержании в коллективе атмосферы доверия, заинтересованности в реализации общей цели, возможности двусторонней коммуникации между руководителями и рабочими.

Процесс активизации – это такое воздействие на рабочего, который включает в свою сферу его потребности, интересы, желания, стремления, цели, мотивы поведения. В его основе – взаимодействие внешних условий и внутренней структуры личности. Активизация реализуется через создание определенных условий в трудовой ситуации, побуждающие личность действовать соответствующим образом. Только национальная система мотивации, культивируемая на основе общественных ценностей, может быть по-настоящему эффективной не только для получения текущих положительных экономических результатов отдельным предприятием, но и для создания условий для устойчивого развития всей национальной экономики [5, с. 38].

В зависимости от методов активизации деятельности работников предприятия нами предлагаются меры повышения производительности труда, приведенные в таблице 2.

Таблица 2 – Мероприятия повышения производительности труда

Методы	Мероприятия
Организационные	Выделение в отдельное структурное подразделение участков с наибольшей потребностью внедрения инновационных решений. Метод сочетания различных структурных подразделений. Метод создания временных творческих коллективов
Экономической заинтересованности	Премии за повышение индивидуальной производительности труда, профессиональные качества, инициативность выполнения. Премии за повышение качества продукции и технологии производства. Премии за участие в разработке, внедрении и освоении новой техники, выполнении организационно-технических мероприятий, применении передовых приемов и методов труда. Выплата вознаграждения авторам рационализаторских предложений и изобретений. Направление в творческие командировки, обучение за счет предприятия
Административно-принудительные	Внесение в Положения о структурных подразделениях и должностные инструкции записей о необходимости участия в инновационной работе. Создание механизма анализа и оценки действий соответствующих подразделений и руководителей
Морального стимулирования	Участие в принятии управленческих решений. Определение лучших специалистов различных профессий, лучших структурных подразделений по различным показателям работы, в том числе за освоение инновационных решений. Формирование атмосферы единого трудового и творческого коллектива
Примечание – Собственная разработка автора.	

Механизм активизации является одним из компонентов механизма заинтересованности в достижении максимальных экономических и социальных результатов деятельности организаций. Активизация трудовой деятельности – это совокупность внутренних побудительных сил (потребности, ценности, интересы, ценностные ориентации, установки, мотивы, идеалы) и внешних побудительных сил (стимулов повышения трудовой активности рабочих).

Таким образом, трудовое поведение определяется мотивацией трудовой деятельности, формируется под влиянием потребностей, интересов, ценностей, ценностных ориентаций, мотивов, установок. Потребность выступает основным источником возникновения интересов, которые формируют мотивы и ценности. В свою очередь на интересы и ценности влияет трудовая ситуация, состоящая из совокупности плановых и оценочных показателей, административных решений и системы стимулов. Между мотивами и ценностными ориентациями существует обратная связь взаимного влияния друг на друга. Мотивы, установки и ценностные ориентиры формируют трудовое поведение.

Учитывая закономерности формирования системы повышения производительности труда, можно постепенно совершенствовать ее и направлять на повышение эффективности конечных результатов хозяйствования. Наибольшего эффекта можно достичь только тогда, когда структура стимулов соответствует структуре внутренних мотивов работника.

Список использованной литературы

1. **Стахів, О. В.** Оцінка мотиваційного потенціалу персоналу підприємства в контексті реалізації вимог міжнародного стандарту управління якістю ISO 9001 / О. В. Стахів // Економіка та держава. – 2007. – № 7 – С. 79–81.
2. **Организация** труда на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.capitalpost.ru/organizatsiya-truda-na-predpriyatii/>. – Дата доступа : 19.07.2017.
3. **Новак, І. М.** Соціальні інновації на ринку праці: флексибілізація та прекарізація зайнятості в Україні / І. М. Новак // Вісник екон. науки України. – 2016. – № 1. – С. 92–97.
4. **Наукова** та інноваційна діяльність (1990–2016pp.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html. – Дата доступу : 25.07.2017.
5. **Татомир, І. Л.** Вплив демотиваційних факторів на формування поведінки працівників в умовах інформаційного суспільства / І. Л. Татомир // Економіка та держава. – 2008. – № 11. – С. 37–39.

УДК 658:65.018

Л. А. Рыбалко-Рак (rybalko2004@ukr.net),
канд. экон. наук, доцент

Т. А. Гусаковская (tatgus@ukr.net),
канд. экон. наук, доцент

Потавский университет экономики
и торговли
г. Полтава, Украина

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: ГЕНЕЗИС ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Выделены три подхода касательно генезиса теории и практики управления качеством в торговле и предложена их интеграция в единую общую систему.

Singled out three approaches to the genesis of the theory and practice of quality management in trade, and proposed their integration into one common system.

Ключевые слова: качество; система менеджмента качества; кооперация; торговля; торговое обслуживание.

Key words: quality; quality management system; cooperation; trade; trade services.

Обострение конкурентной борьбы в результате появления большого количества новых хозяйственных образований и проникновения иностранных фирм на национальный рынок привело к потере предприятиями, организациями торговли потребительской кооперации традиционных региональных, преимущественно сельских рынков сбыта.

Необходимость адаптации к рыночным условиям хозяйствования обусловлена попыткой сохранить целостную торговую систему возложением государственными органами на потребительскую кооперацию социальной функции на территориях, которые не являются привлека-

тельными для бизнес-структур. Этим вызвана необходимость пересмотра существующих систем качества предприятий и организаций торговли потребительской кооперации.

Проблематика касательно комплексных систем качества в области торговли рассмотрена в трудах отечественных и зарубежных ученых Е. Данилова, В. Копылова, Ф. Марчука, Л. Самсонова, Д. Энджела, С. Курак, Б. Лившица, Г. Жирного, А. Фридмана. Ими были предложены различные подходы, отличающиеся расстановкой приоритетов в системах качества.

Цель данного исследования направлена на определение современного подхода к формированию системы менеджмента качества (СМК) в области торговли потребительской кооперации на основе сочетания оправданного в прошлом опыта и современных научных разработок.

Научное исследование определяется следующими задачами: исследование теоретико-практических аспектов применяемых в торговле систем качества, определение возможностей их дальнейшего применения, выделение современного подхода к формированию СМК в сфере торговли.

В результате исследования экономической литературы касательно генезиса теории и практики управления качеством в торговле выделены следующие три подхода к названной проблеме:

- подход с позиции комплексной системы управления качеством торгового обслуживания;
- подход с позиции комплексной системы управления качеством труда в торговле;
- подход с позиции комплексной системы управления качеством товаров в торговле.

Относительно первого подхода следует отметить, что торговое обслуживание является непрерывным процессом осуществления услуг по доведению товаров от сферы их производства в сферу потребления, процессом изменения формы их стоимости и удовлетворения покупательского спроса населения [1]. Данный подход частично охватывает ведущие направления двух последующих.

Комплексная система управления качеством торгового обслуживания обеспечивает комплексное воздействие на факторы, определяющие качество функционирования торговых организаций и предприятий, т. е. это обоснование системы экономических, организационных, технологических, технических и социально-психологических мер повышения качества торгового обслуживания, их нормативно-правовая регламентация и обеспечение их реализации на основе использования научных новейших методов [2]. Это механизм управления, направленный на оптимальную разработку и реализацию взаимосвязанного, согласованного комплекса мероприятий, обеспечивающих необходимое улучшение качества предоставляемых населению торговых услуг по удовлетворению спроса на товары народного потребления [3].

Основными факторами, определяющими качество торгового обслуживания населения посредством торговых услуг, являются ассортимент и качество товаров и услуг, их соответствие спросу, качество действующих правил торговли и норм торгового обслуживания населения, состояние материально-технической базы торговли, прогрессивность используемой технологии торговых процессов и эффективность организации, качество трудовой деятельности коллективов и отдельных работников [4].

Подход с позиции комплексной системы управления качеством труда в торговле рассматривают как совокупность управляющих органов, форм, методов и объектов управления, которые с помощью материально-технических, экономических, организационных и информационных средств в процессе организации труда устанавливают, обеспечивают и поддерживают необходимый уровень качества труда на всех этапах работы.

Качество труда в торговле определяется как рычаг непрерывного совершенствования торгового обслуживания населения, как средство максимально полного и качественного удовлетворения потребностей людей в товарах и услугах торговли [2]; как важную составляющую качества торгового обслуживания, которая является конечным итогом вложений живого труда торговых работников и общественного труда (товары, средства и предметы труда, используемые в торгово-технологическом процессе) [3]. По мнению авторов, качество труда в торговле целесообразно рассматривать как самостоятельный подход, а не как составляющую качества торгового обслуживания, поскольку труд в торговле это не только торговое обслуживание, хотя оно и занимает наибольший удельный вес.

Теория и практика системного управления трудовой деятельностью наряду с термином качество труда использует также термин качество работы [5]. Под этим термином понимают совокупное качество трудовой деятельности коллективов торговых предприятий, организаций

и их внутренних подразделений, отражающее результаты выполнения коллективом возложенных на него торгово-хозяйственных и социальных функций.

На комплексную систему управления качеством труда в торговле возлагалось решение следующих основных задач: формирование высокого уровня качества и его обеспечение в процессе рабочего периода; систематическое совершенствование организации труда и повышения его качества; укрепление трудовой дисциплины; повышение производительности труда; эффективное использование рабочей силы, техники и производственно-торговых площадей; расширение ассортимента товаров, повышения качества продукции и культуры торгового обслуживания; повышение эффективности хозяйственной деятельности торговых организаций и предприятий.

Факторы, влияющие на качество труда, работы и механизм действия этих факторов исследован учеными, среди наиболее значимых выделяют состояние кадрового обеспечения, образование и квалификацию работников торговли, условия и организацию их труда, потери рабочего времени и текучесть кадров, применяемые системы оплаты труда, дисциплину труда, выполнение плановых заданий, соблюдение режима экономии материально-вещественных элементов, правил торговли и требований к культуре обслуживания [3].

Органами управления качеством предприятий и организаций кооперативной торговли были постоянно действующая комиссия по качеству труда и торгового обслуживания, которая создавалась в розничном или оптовом предприятии как коллегиальный орган, который функционировал на общественных началах, с целью обеспечения организационного, методического и регулирующего воздействия на все подразделения и службы торговой организации (предприятия) по повышению качества их деятельности; служба качества, а на особо крупных предприятиях (оптовые базы), в организациях кооперативной торговли (среднего звена и выше) создавались также штатные отделы управления качеством или соответствующие группы специалистов с целью систематического организационного, методического, контролирующего и регулирующего воздействия в отношении постоянного повышения качества деятельности во всех подразделениях и службах торгового предприятия; уполномоченные по качеству во всех подразделениях и службах предприятия, насчитывающих не менее 10 чел., в подразделениях с числом работающих менее 10 чел. обязанности уполномоченного возлагались на руководителя подразделения.

Третий подход предусматривал участие торговли в управлении качеством продукции. Торговля должна обеспечить рациональную организацию движения товаров из сферы производства в сферу потребления, создать барьер для проникновения в сферу потребления недоброкачественных товаров. Поэтому одной из функций торговли определяли контроль качества товаров.

Комплексная система управления качеством товаров в торговле определяла комплекс методов и средств, используемых торговлей для установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества товаров при их разработке, изготовлении, обращении и потреблении.

Внедрение комплексной системы управления качеством товаров в торговле должно было коренным образом изменить задачи контроля качества товаров со стороны торговли. Если раньше торговля контролировала качество товаров после их поступления в сферу товарного обращения, то сейчас необходимо перенести центр тяжести этой работы на промышленные предприятия.

Комплексная система управления качеством товаров в торговле формировалась из следующих блоков: управление качеством на стадии исследования, проектирования и производства товаров, управление качеством товаров на стадиях обращения, потребления и эксплуатации, правовое и информационное обеспечение качества товаров в торговле.

Основной объем работы по управлению качеством товаров осуществлялся отделом или группой качества и ассортимента, службой управления качеством под руководством главного товароведа. Качество товаров массового спроса, которые поступали в торговлю, зависела, в первую очередь, от деятельности товароведов по качеству.

Комплексную систему управления качеством торгового обслуживания, комплексную систему управления качеством труда в торговле, комплексную систему управления качеством товаров в торговле можно определить составными частями общей системы управления качеством в торговле, которые в совокупности предусматривали системное воздействие на все факторы, определяющие конечный результат деятельности в сфере торговли. Формированием и практическим применением названных подходов была создана основа для решения проблемы

управления качеством в торговле, но это не позволило решить все актуальные задачи отрасли, и потребовало дальнейшего совершенствования.

Решение проблемы установления главного критерия оценки качества торгового обслуживания в едином общепризнанном обосновании не было найдено. В научных и методических разработках присутствуют попытки с разных позиций определить набор показателей культуры, качества обслуживания и эффективности торговли.

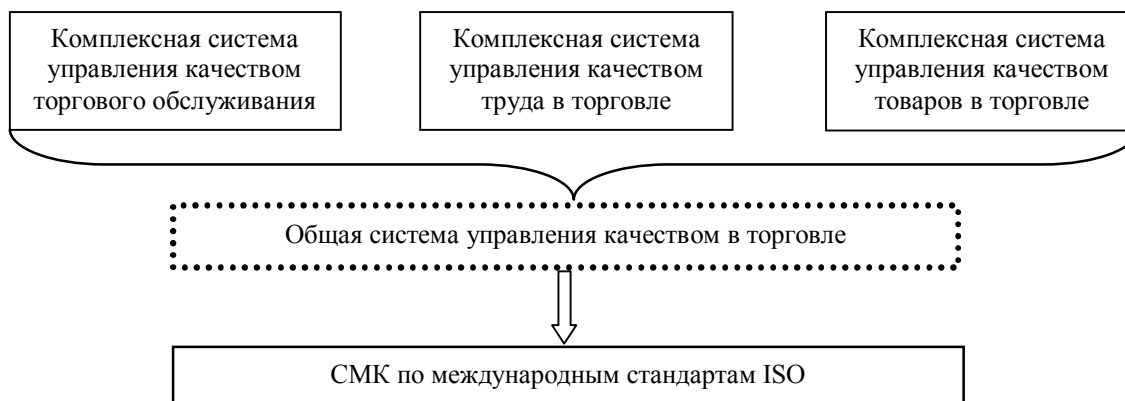
Отсутствие эффективного сотрудничества между производством и торговлей на всех стадиях производственного цикла продукции, начиная от ее проектирования, не позволило найти соответствие между ассортиментом, качеством товаров и требованиями покупателей и обеспечить высокий социально-экономический эффект от функционирования комплекса «производство – торговля товарами народного потребления».

Повышение уровня научной обоснованности комплексной системы управления качеством торгового обслуживания, комплексной системы управления качеством труда в торговле, комплексной системы управления качеством товаров в торговле и эффективности их практического применения усложнялось из-за отсутствия решения ряда важных вопросов, связанных с формированием единого подхода к их содержанию, структуре, месту в общей системе управления торговлей, а также вследствие недостаточной завершенности методов их проектирования и внедрения.

Торговые предприятия и организации потребительской кооперации не имели в своем распоряжении единых научно обоснованных и апробированных на практике методических рекомендаций по разработке и внедрению систем качества, они самостоятельно разрабатывали собственные методические рекомендации, которые довольно слабо были между собой связаны. Это стало препятствием интеграции локальных систем отдельно взятых торговых предприятий и организаций в единую отраслевую систему качества.

Рассмотренные подходы касательно генезиса теории и практики управления качеством в торговле имеют научную и методологическую ценность, поэтому требуют интеграции в единую общую систему – СМК в соответствии с международными стандартами ISO (рисунок 1).

Интеграция сферы качества в отрасли торговли к СМК по ISO



Основные направления и приоритеты развития потребительской кооперации, обусловленные перспективной моделью этой системы, требуют выбора новых приоритетов, одним из которых является повышение конкурентоспособности торговых кооперативных предприятий и организаций. Предлагаем в кооперативной торговле применять идеологию концептуальной международной модели системы качества. Изменение психологии потребителей развитых стран заставила бизнес пересмотреть свою стратегию, сфокусировать ее на постоянном улучшении качества для как можно большего удовлетворения покупателей и заказчиков их продукции, услуг.

Высокий уровень менеджмента качества позволит предприятиям и организациям торговли потребительской кооперации существенно улучшить и оптимизировать свою хозяйственно-финансовую деятельность, повысить производительность, достичь и стабильно поддерживать высокое качество своей продукции и услуг для удовлетворения потребностей и требований потребителей, открыть новые возможности и сохранить уже завоеванные сегменты рынка, получить признание со стороны заказчиков через процедуру сертификации, участвовать в тендерах,

в том числе международных. В этом, по нашему мнению, и заключаются перспективы дальнейших исследований касательно данной проблематики.

Список использованной литературы

1. **Курак, С. В.** Системное управление качеством обслуживания в торговле / С. В. Курак. – Ирпень : Техника, 1981. – 167 с.
2. **Моргун, А. Ф.** Рационализация кооперативной торговли / А. Ф. Моргун, А. И. Паламарчук. – М. : Экономика, 1985. – 88 с.
3. **Данилов, Е. И.** Социально-экономическая эффективность торговли / Е. И. Данилов. – М. : Знание, 1983. – 64 с.
4. **Фридман, А. М.** Как развиваться кооперативной торговле: пути интенсификации / А. М. Фридман. – М. : Экономика, 1985. – 192 с.
5. **Лившиц, Б. Х.** Управление качеством товаров в торговле / Б. Х. Лившиц. – Ирпень : Техника, 1982. – 103 с.

УДК 331.28

О. В. Седлухо (sedlukho@gmail.com),
ст. преподаватель

Н. В. Рубанова (nata-ruban@mail.ru),
ст. преподаватель

И. Я. Курсова (inkurs@mail.ru),
ст. преподаватель

Белорусско-Российский университет
г. Могилев, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА РУКОВОДИТЕЛЕЙ

В статье излагаются некоторые аспекты проблемы определения размера и структуры вознаграждения руководителя организации (соотношение постоянной и переменной частей заработной платы). Рассмотрены отдельные подходы к решению обозначенной проблемы, в том числе опыт зарубежных стран.

The article outlines some aspects of the problem of determining the size and structure of remuneration of the manager of the organization (the ratio of constant and variable parts of wages). Separate approaches to the solution of the indicated problem are considered, including the experience of foreign countries.

Ключевые слова: оплата труда; руководитель; должностной оклад; премия; функции руководителя.

Key words: salary; manager; official salary; bonus; manager functions.

Одной из важнейших проблем рыночной экономики во всем мире является проблема регулирования оплаты труда руководителей. К руководителям относятся работники, имеющие в своем подчинении специалистов, служащих и рабочих. Это многочисленная группа, составляющая до 25% общей численности специалистов и служащих.

Существуют различные точки зрения на проблему оценки труда руководителей и его результатов. Можно выделить две наиболее популярные и в то же время наиболее полярные. Каждая из них имеет свои плюсы и минусы. Одна группа специалистов исходит из того, что руководители не создают материальных ценностей. Главная их роль – мобилизовать людей на решение конкретных задач, организовать их труд, создать все условия для продуктивной работы. Поэтому труд руководителей нужно оценивать по конечному результату работы коллектива. Следовательно, при построении оплаты труда акцент нужно делать на высокий удельный вес в структуре заработной платы руководителя переменной части: оклад должен быть небольшим, а премии – очень весомыми.

Другая группа специалистов исходит из того, что труд руководителя относится к наиболее высококвалифицированному, требует очень длительной подготовки, разносторонних знаний, больших практических навыков. Поэтому оплата труда руководителей, как и остальных категорий работающих, должна строиться на одних и тех же принципах, т. е. должностной оклад должен быть весьма высоким по сравнению с переменной частью оплаты.

Заработная плата в обществе выступает не только в роли элемента хозяйственного механизма, но и несет высокую социальную нагрузку, и принципиальные подходы к оплате труда руководителей должны быть такими же, как и для всех работающих. Различия в уровнях должностных окладов руководителей и других категорий работников должны отражать различие в их квалификации, сложности труда и т. д. Вместе с этим, руководители производства оказывают существенное воздействие на формирование конечных результатов производства. И это должно находить отражение не только в уровне, но и в механизме оплаты их труда.

С другой стороны, конечный результат труда складывается под влиянием огромного числа факторов, часть из которых вообще не поддается прямому воздействию руководителей. Таким образом, оплата труда руководителей должна рационально сочетать в себе действие факторов, обусловленных их квалификацией, и факторов, связанных с конечными результатами коллективного труда.

При рыночных отношениях к знаниям, опыту, профессиональному мастерству руководителей предприятий предъявляются более высокие требования. Они должны уметь быстро приспособляться к экономическим условиям, в короткий промежуток времени принимать то единственно правильное решение, которое позволит удержать экономику предприятия от банкротства.

Успех дела нередко зависит не только от профессиональных знаний, но и от моральных качеств человека, прежде всего от таких черт личности, как обязательность, порядочность, честность, совестливость. Данные требования предъявляются к личности руководителя как трудовым коллективом, так и владельцами собственности. Ведь доверяя управление многомиллионным государственным имуществом или имуществом акционеров и товариществ, они не застрахованы от того, что свои личные интересы руководитель может поставить выше интересов предприятия и государства.

Поэтому с 90-х гг. XX в. стали шире применяться контракты с руководителями и специалистами предприятия, заключаемые в соответствии с гражданским законодательством.

В современных условиях остро встает проблема определения трудового дохода руководителя предприятия при заключении с ним трудового договора (контракта) [1].

Главными параметрами при определении этого дохода являются оценка сложности основных функций руководства и учет личных и деловых качеств руководителя. Общим принципом оценки деловых качеств руководителей и их профессионально-квалификационного уровня как факторов, влияющих на конечные результаты деятельности коллектива, а, следовательно, и на формирование дохода руководителя, целесообразно избрать подход, когда оценка производится не столько с позиций текущих действий или исходя из того, как они реализуют ближайшие цели, а с позиций способности делать правильный выбор в сложных финансово-коммерческих и других ситуациях, видеть перспективу развития предприятия условий его функционирования.

При оценке сложности основных функций учитывается следующее:

- характер работ, составляющий содержание труда (организационно-административные результаты, имеющие преимущественно творческий характер, непосредственно связанные с постановкой новых задач; разработка сложных программ и доведение принятых решений до исполнителей; координация и контроль деятельности подразделений предприятия и его функциональных служб; организационно-распорядительные и координационные результаты);
- разнообразие, комплексность работ (работы, охватывающие весь комплекс вопросов, связанных с деятельностью предприятия, требующие согласованности с основными параметрами развития отрасли, техническими, экономическими и социальными задачами);
- самостоятельность выполнения работ (полная самостоятельность в выборе средств и методов, поставленных перед предприятием задач);
- масштаб и сложность руководства, комплексное руководство предприятия;
- дополнительная ответственность (материальная – высокой степени, право распоряжаться денежными средствами и материальными ценностями и моральная – обусловлена вероятностью несчастных случаев при выполнении работ в опасных условиях) [2, с. 238].

Для всесторонней и взвешенной оценки сложности функций руководителя могут быть использованы три показателя:

- 1) среднегодовая численность рабочих;
- 2) среднегодовая стоимость промышленно-производственных фондов;
- 3) сложность производимой продукции.

Сочетание названных показателей обеспечивает комплексность и объективность оценки. Использование одного показателя может дать искаженное представление о предприятии. Небольшая численность работников может быть результатом высокой степени механизации и автоматизации. Второй показатель раскрывает технологическую сложность трудового процесса. Третий уточняет, насколько оправдан уровень двух первых показателей.

При заключении контрактов количественные параметры характеристик показателей сложности должны быть конкретизированы работодателем с тем, чтобы они отражали фактические различия в сложности управления отдельными производственными объектами.

Собственник, приглашая руководителя на работу, предъявляет ему самые высокие требования и, в то же время, он должен гарантировать ему достаточно высокий уровень качества жизни, высокую степень самостоятельности в сфере управления, возможность действовать в условиях определенного предпринимательского риска. Это предполагает необходимость осуществления определенного контроля со стороны собственника и наличие ответственности со стороны наемного персонала.

Условия оплаты труда руководителей, определяемые в контрактах, устанавливаются в зависимости от результатов производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Переменная часть заработной платы (надбавки, доплаты, премии и др.) должна ориентироваться на достижение краткосрочных и долгосрочных результатов хозяйственной деятельности. Она устанавливается в зависимости от выполнения конкретных обязательств по эффективному использованию собственности предприятия и выплачивается в зависимости от их своевременного выполнения (увеличение объемов производства и реализации продукции, прибыли, повышения рентабельности, ввода новых мощностей и объектов, повышения конкурентоспособности продукции, увеличения валютной прибыли и др.)

Надбавки к должностному окладу могут устанавливаться за обязательства долгосрочного характера: выпуск конкурентоспособной на мировом рынке продукции, экспорт продукции, повышенную сложность управления и др.

Премии и вознаграждения должны выплачиваться за выполнение конкретных показателей и обязательств по эффективному хозяйствованию и их размер должен быть оговорен в контракте.

Вознаграждение (премия) выплачивается руководителю предприятия по результатам финансово-хозяйственной деятельности за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия за вычетом из нее налогов, других обязательных платежей в бюджет и средств, направляемых на потребление.

На убыточных предприятиях вознаграждение по итогам деятельности за год не производится.

Размер переменной заработной платы должен быть достаточным для создания необходимой материальной заинтересованности работника в выполнении принятых обязательств, предусмотренных в контракте.

При этом премии и вознаграждения за выполнение текущих показателей лучше устанавливать в меньших размерах, чем за осуществление мер, имеющих перспективное значение для предприятия и требующих определенного времени для их реализации [3, с. 86–87].

За рубежом в качестве критериев для установления оплаты труда руководителя используют такие показатели, как обязанности руководителя и уровень его ответственности, возможности и способности руководителя, объем и сложность производства, конкурентоспособность и объем продаж продукции, условия труда, перспектива развития; образование, профподготовка и опыт работы, личный вклад руководителя в эффективность работы предприятия; численность персонала.

В целом личные доходы руководящего состава складываются из следующих источников:

- официального должностного оклада;
- премий, выплачиваемых из прибыли;
- вознаграждений в виде акций, покупаемых у компании по цене значительно ниже биржевого курса;
- различного рода выплат из страховых фондов, значительно больших, чем те, которые получает рядовой состав;
- разнообразные льготы в виде оплачиваемых компанией полностью или частично личных услуг.

Заработная плата руководителей за рубежом, как и у нас в стране, делится на две части: постоянную, гарантированную, которая зависит от квалификационного уровня работника (тариф), и переменную часть, связанную с индивидуальными результатами труда [2, с. 205].

Постоянная часть заработной платы состоит из основной части и индивидуальной надбавки к ней, устанавливаемой в зависимости от занимаемой должности, проявленных способностей, потенциальных возможностей работника, а также от его возраста и стажа работы. Большинство этих факторов носит, по существу, постоянный характер.

Начисление переменной части прямой заработной платы, включающей различные премии и доплаты, производится в виде как индивидуальных, так и коллективных выплат. Как правило, переменная часть заработной платы имеет тенденцию роста прямо пропорционально занимаемому на служебной лестнице положению.

Все предоставляемые управленческим кадрам дополнительные выплаты и услуги, а также их оклады не бесконтрольны. Разработан механизм, регулирующий их уровень и условия предоставления, препятствующий злоупотреблениям в этой сфере. В свою очередь, существует комплекс мер, защищающий руководителей в трудных ситуациях, связанных с рисковым характером их деятельности.

Четкая система оплаты руководителей во многом определяет эффективность деятельности компании, социально-психологический климат в ней. Поэтому при разработке системы во внимание обязательно принимаются следующие социально-экономические факторы [1]:

- общий климат бизнеса и планы развития компании;
- конкуренция в данной отрасли;
- соответствие представлениям акционеров, кредиторов о справедливости вознаграждения руководителей компании;
- соотношение с уровнем заработной платы других работников компании.

Например, в США много внимания уделяется обследованию заработной платы руководителей. Это ежегодное обследование (по состоянию на март каждого года), предоставляющее данные об оплате руководителей на базе общенациональной выборки предприятий. Результаты разработок данного выборочного наблюдения используются при решении вопросов регулирования заработной платы в государственном и частном секторах экономики.

Нередко для создания обоснованной системы вознаграждения руководителей создается специальная группа разработчиков. Она может привлекать любых специалистов для экспертизы по вопросам правовой, финансовой, инвестиционной и кадровой политики. Группа выясняет требования рынка труда, готовит механизм вознаграждения: уровень окладов, опционы, бонусы, виды социального страхования, порядок уплаты взносов в страховые фонды, другие формы вознаграждения руководителей. Важно, чтобы они отвечали интересам компании, учитывали ее финансовые возможности, обеспечивали руководителям достаточно высокий уровень мотивации труда. При этом должно быть обязательно учтено налоговое законодательство страны.

Ограничений в установлении окладов руководителям фирм и предприятий в странах с рыночной экономикой нет. Но существует требование обоснованности заработной платы для руководителей. За этим следят две организации: налоговое управление и собрание акционеров данной компании.

Необоснованную заработную плату руководителей налоговое управление рассматривает как дивиденды, а к ним применяются иные правила налогообложения, несоблюдение которых карается со всей строгостью закона.

Что же касается владельцев акций данной компании (предприятия), за ними закреплено право обращения в суд, если они считают завышенной заработную плату руководителей.

Регулируемая и организованная рыночная экономика не допускает произвола в установлении вознаграждения руководящему звену корпораций, фирм, предприятий. Профсоюзы, собрания акционеров, налоговая служба, в определенных рамках и судебная система, являются теми инстанциями, которые могут воздействовать на установление и регулирование вознаграждения управленческим кадрам. Все эти субъекты действуют в системе, обеспечивающей равные условия в конкурентной борьбе, социальную стабильность, эффективность развития.

Вместе с тем, система предоставляет определенные гарантии управленческим кадрам в их социальном статусе, материальной обеспеченности, формируя устойчивый контингент профессионалов-руководителей [1].

В заключение необходимо сказать, что бесконтрольный рост доходов и заработной платы руководителей предприятий вне зависимости от результатов производственной деятельности и

доходов работников предприятий, при массовой задержке выплаты зарплаты ведет к усилению социальной напряженности. Поэтому на переходный период следует поставить доходы и зарплату руководителей всех форм собственности в зависимость от размера тарифной ставки работника первого разряда и результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия

В Республике Беларусь решение вопроса о регулировании оплаты труда руководителей можно было бы начать с огласки доходов руководителей наиболее крупных предприятий. Работники фирм и общественность должны знать, соответствует ли доход директора положению, сложившемуся на предприятии. Нередко предприятие находится в упадке, заказы на его продукцию падают, заработная плата промышленно-производственного персонала уменьшается, а доходы директора, несмотря ни на что, растут.

Список использованной литературы

1. **Абакумова, Н. Н.** Политика доходов и заработной платы / Н. Н. Абакумова, Р. Я. Подвалова. – Новосибирск : НГАЭиУ; М. : ИНФРА-М, 1999. – 224 с.
2. **Кибанов, А. Я.** Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / А. Я. Кибанов [и др.]. – М. : Инфра-М, 2011. – 528 с.
3. **Егоршин, А. П.** Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учеб. пособие / А. П. Егоршин. – М. : Инфра-М, 2016. – 384 с.

УДК 332.1:620.9

О. В. Середа (olga_sereda88@ukr.net),
канд. экон. наук, ст. преподаватель
Луцкий национальный технический
университет
г. Луцк, Украина

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ВОЛЫНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье раскрыта сущность эффективности труда персонала на микроуровне и особенности ее оценки на предприятиях энергетической отрасли. Исследованы состояние развития энергетической отрасли Волынской области и проблемы, с которыми сталкиваются предприятия данного региона как производители, поставщики, потребители топлива и электроэнергии. Определены направления повышения эффективности труда персонала на предприятиях энергетической сферы Волыни.

The article describes the essence of the efficiency of staff work at the micro level and the peculiarities of its evaluation at the enterprises of energy industry. The condition of development of energy industry in Volyn region is investigated. The problems which are faced by enterprises of the region as producers, suppliers, consumers of fuel and electricity are investigated. The directions of increase in labor efficiency of staff at the enterprises of energy sphere of Volyn region are determined.

Ключевые слова: эффективность труда персонала, предприятия; энергетическая отрасль; регион; Волынская область.

Key words: labor efficiency of staff, enterprises; energy industry; region; Volyn region.

В современных условиях становления рыночной экономики в регионах Украины, к сожалению, нет действенных управленческих рычагов, которые бы помогли урегулировать проблемы повышения эффективности труда на предприятиях различных форм, размеров и типов собственности. В свою очередь, эффективность труда является одним из ключевых индикаторов, что отражает успешность деятельности предприятий, их конкурентоспособность на отечественном и международном рынках. Ведь только предприятие с высоким уровнем эффективности труда, которое достигает поставленных целей, рационально расходуя при этом ресурсы (работая по правилу «максимальный эффект – минимальные расходы»), способно занять лидирующие позиции в той или иной нише на рынке. При этом среди предприятий различных видов экономической деятельности по классификатору видов экономической деятельности (КВЭД) вопрос повышения эффективности труда персонала на предприятиях энергетической отрасли встает особенно остро. Это, в первую очередь, обусловлено актуальной для большинства регионов Украины проблемой энергообеспечения, чрезмерной зависимостью от импорта энерго-ресурсов, ростом тарифов на электроэнергию и рядом других проблем энергетической отрасли,

которые необходимо срочно решать исходя из задач, задекларированных в «Энергетической стратегии Украины до 2030 года» и новой энергетической стратегии Украины до 2035 года «Безопасность, энергоэффективность, конкурентоспособность».

Повышение эффективности труда персонала предприятий энергетической отрасли Волинской области является одним из направлений решения ряда проблем региона и может стать стимулом для его экономического роста. Ведь предприятия энергетической отрасли Волыни являются важной составляющей экономики Украины. Непосредственно от их эффективного сбалансированного функционирования зависит энергетическая безопасность региона и в некоторой степени страны в целом. На предприятиях энергетической сферы Волыни занято значительное количество персонала. Соответственно, качественная подготовка рабочих, специалистов, служащих и руководителей (менеджеров) для энергетической отрасли является одним из приоритетов региональной кадровой политики Волинской области.

Следует отметить, что в настоящее время подавляющее большинство предприятий Волинской области остаются энергетически неэффективными, требуют внедрения инновационных энергосберегающих технологий и эффективного энергоменеджмента, подготовки высококвалифицированных специалистов в сфере энергетики. Это, собственно, и обуславливает актуальность нашего исследования.

Проблеме изучения сущности оценки эффективности труда персонала и управления этим процессом посвящены работы таких ученых, как В. Адамчук, И. Багрова, Д. Богиня, В. Данюк, О. Гришнова, Э. Либанова, Г. Островская, О. Пастух, В. Петюх, Ф. Хмель, С. Цимбалюк и др. Состояние энергетической отрасли Украины в целом и ее регионов в частности исследовали С. Бевз, И. Бенько, А. Власюк, В. Геец, Г. Гелетуха, Я. Жалило, А. Прокоп, А. Шевцов, А. Шидловский и др. Отдавая должное научным достижениям ученых по вышеуказанным направлениям, следует отметить недостаточность решения вопроса комплексного исследования эффективности труда персонала на предприятиях энергетической отрасли региона (в частности, Волинской области) в условиях развития рыночной экономики.

Прежде всего, следует отметить, что эффективность труда является составным элементом общей эффективности деятельности предприятия [1]. Поэтому ее целесообразно рассчитывать, используя стандартное соотношение «результативность – затраты». При этом результативность труда на предприятиях энергетической отрасли в общем будут характеризовать такие показатели, как прибыль, финансовые результаты деятельности соответствующих предприятий; объем реализованной продукции (оказанных услуг) в системе производства энергии, энергоснабжения и энергопотребления, а затратами труда на микроуровне будут выступать затраты на труд занятых работников на соответствующих предприятиях энергетической отрасли.

Следует отметить, что оценка эффективности труда персонала предприятий энергетической отрасли заключается в определении не только экономической эффективности по формуле (*Эффективность = Результативность : Затраты*) с целью максимизации экономических результатов и минимизации расходов, но также социальной и организационной эффективности. Так, социальная эффективность выражает удовлетворение потребностей и интересов как для всего трудового коллектива предприятия, так и для каждого работника в частности; измеряется с помощью таких показателей, как текучесть кадров, состояние трудовой дисциплины, уровень условий труда, безопасности на предприятии, социально-психологический микроклимат в коллективе, т. е. больше зависит от мотивации персонала, индивидуальных форм и методов работы руководителя с подчиненными. Организационная эффективность оценивает административную оформленность предприятия через оперативность и качество принятия управленческих решений и, соответственно, своевременность и добросовестность их выполнения, использование возможностей и сильных сторон предприятия благодаря выбранным стратегиям для обеспечения его устойчивого развития [1; 2].

Структурную схему системы общей оценки эффективности труда персонала для предприятий топливно-энергетического комплекса (ТЭК), которая разработана для различных уровней и основывается на ряде соответствующих критериев, методов, показателей, предлагает О. Тюпишева. В целом можно согласиться с данным методическим подходом, предложенным в научной работе [2], где отмечено, что «обобщающей оценкой эффективности труда всего персонала являются основные показатели деятельности предприятия, анализ и планирование которых проводится в тактическом и стратегическом периодах» [2].

Однако при этом одновременно считаем, что для более детальной и достоверной информации о предприятиях энергетической отрасли необходимо исследовать их эффективность не только в тактическом и стратегическом периодах, но и в оперативном.

Поэтому, на наш взгляд, анализ и оценку показателей, характеризующих эффективность труда персонала, целесообразно проводить в краткосрочном (оперативном), среднесрочном (тактическом) и долгосрочном (стратегическом) периодах. То есть на стратегическом уровне эффективность труда всего персонала отражается в состоянии предприятия в целом и ее можно оценить через выполнение запланированных целей предприятия, которые достигнуты с наименьшими при этом затратами в долгосрочном периоде (5–10 лет). На тактическом уровне целесообразно оценивать показатели деятельности структурных подразделений предприятий энергетической отрасли, отвечающих за реализацию определенных функций, задач для достижения стратегических целей с наименьшими затратами (1–5 лет). На оперативном уровне следует оценивать эффективность работы отдельных работников или групп работников на предмет выполнения ими должностных обязанностей в рамках бизнес-процессов того или иного предприятия энергетического профиля в краткосрочном периоде (месяц, квартал, год).

В целом следует отметить, что предприятия энергетической отрасли можно разделить на определенные группы в зависимости от специфики их работы в рамках топливно-энергетического комплекса: добывающие – занимаются непосредственно добычей энергоресурсов (нефти, природного газа, каменного угля, торфа и т. д.); электростанции (АЭС, ТЭС, ГЭС и др.) производят электроэнергию; предприятия электрических, тепловых, газо- (нефте) транспортных сетей, которые занимаются поставкой энергоресурсов; коммунальные предприятия энергетической отрасли, обеспечивающие потребителей (население, предприятия, организации и учреждения) топливом и электроэнергией, осуществляющие ремонтные работы в данной сфере.

Соответственно, для того, чтобы лучше проследить динамику изменений в производительности и эффективности труда персонала, а также тенденции жизнедеятельности и развития предприятий энергетической отрасли Волынской области в целом, целесообразно оценивать и промежуточные результаты их деятельности, применив следующие показатели:

- для добывающих предприятий (например, ГП «Волыньуголь», ГП «Волыньторф»): добыча энергоресурсов в соответствии с планом и графиком при нормативном уровне расходов в соответствии со стандартами качества [2];
- для электростанций, предприятий электрических, тепловых, газо- транспортных сетей (например, ЧАО «Волыньоблэнерго», ПАО «Волыньгаз»): надежность и непрерывность поставок энергоресурсов (электроэнергии, тепла, газа) при нормативном уровне расходов на данный процесс в соответствии с графиком и стандартами качества [2];
- для коммунальных предприятий энергетической отрасли (например, ГКП «Луцктепло», КП «Луцкое электротехническое предприятие – Луцксвет», КП ИАЦ «Волыньэнергософт», КП «Ковельтепло», КП «Нововолыньск-Теплокоммунэнерго»): обеспечение потребителей электроэнергией и теплоэнергией в соответствии с графиками нагрузки (объем отпущенных энергетических ресурсов) по государственным стандартам при нормативном уровне расходов, а также высокое качество ремонтных работ в данной сфере [2].

Следует заметить, что Волынь является энергозависимым регионом Украины. Ведь энергетическая отрасль Волынской области базируется преимущественно на использовании электроэнергии, произведенной за ее пределами. Энергосистема Волынской области по линиям электропередачи соединена с Ровенской, Львовской областями Украины и с энергосистемой Беларуси. На территории Волыни нет атомных и тепловых электростанций. К основным источникам электроснабжения относятся Ровенская АЭС, Хмельницкая АЭС, Добротворская ТЭС, которые находятся в западной части Украины. Обеспечение собственных энергетических потребностей частично осуществляется четырьмя теплоэлектроцентралями сахарных заводов и газотурбинной электростанцией на Локачинском газовом месторождении. Основным поставщиком электроэнергии на территории Волынской области является ЧАО «Волыньоблэнерго», занимающееся передачей электрической энергии местными (локальными) сетями по установленным регулируемым тарифам [3].

При этом, несмотря на энергозависимость Волынской области от других областей Украины и зарубежья, энергетика играет важную роль в промышленности данного региона. Так, в 2016 г. объем реализованной промышленной продукции (работ, услуг) без НДС и акциза здесь составил 22 096,4 млн грн. При этом в структуре реализованной промышленной продукции по основным видам деятельности (КВЭД) показатель поставки электроэнергии, газа и кондиционированного воздуха составлял 18,3% ко всей реализованной продукции общеобластного объема. В январе–июне 2017 г. аналогичные показатели в данной сфере были следующие: объ-

ем реализованной промышленной продукции (работ, услуг) без НДС и акциза в Волынской области составлял 12 937,7 млн грн. Соответственно, за I полугодие 2017 г. в структуре реализованной промышленной продукции по основным видам деятельности (КВЭД) показатель поставки электроэнергии, газа и кондиционированного воздуха был на уровне 21,5% ко всей реализованной продукции в Волынской области [3; 4].

Что касается непосредственно добычи и производства первичного топлива и электроэнергии в Волынской области, то наблюдается следующие тенденции. Добыча топлива в течение последних лет на Волини была нестабильной. Так, в период с 2010 по 2014 г. объем добытого и первично произведенного топлива постепенно уменьшался. В 2015 г. произошел рост на 39 тыс. т условного топлива (с 306 до 345 тыс. т), а в 2016 г. – снова сокращение добычи на 25 тыс. т условного топлива (до отметки 320 тыс. т). По официальным данным в сфере производства электроэнергии наблюдаем существенное уменьшение с 2010 по 2015 г. и незначительное повышение в 2016 г. с 54 до 62 млн кВт·ч (т. е. на 8 млн кВт·ч). Наибольший отпуск тепловой энергии в Волынской области среди генерирующих источников осуществляется котельными установками. Выход из данного источника в 2016 г. составил 1 359 тыс. Гкал (это при том, что весь отпуск тепловой энергии в этом году в Волынской области был 1 523 тыс. Гкал). На 2-м месте – электростанции, которые генерируют 163 тыс. Гкал тепловой энергии. Также в Волынской области отпускается 1 тыс. Гкал тепловой энергии электрокотлами [5].

Анализируя использование отдельных видов топлива в Волынской области, следует отметить, что всего для различных видов экономической деятельности в 2016 г. было использовано 36 784 т каменного угля, 238 201 тыс. м³ природного газа, 113 184 м³ дров для отопления, 11 630 т бензина моторного и 86 129 т газойля (дизельного топлива). Из этого значительная часть была применена в промышленности (25 060 т каменного угля, 213 284 тыс. м³ природного газа, 69 750 м³ дров для отопления, 2 430 т бензина моторного и 10 299 т газойля). При этом среди видов промышленности по КВЭД в сфере поставок электроэнергии, газа и кондиционированного воздуха Волынской области в 2016 г. не применялся каменный уголь, а было использовано 133 890 тыс. м³ природного газа, 30 454 м³ дров для отопления, 647 т бензина моторного и 400 т газойля [5, с. 30].

Рассматривая использование теплоэнергии в Волынской области в 2016 г., следует отметить, что ее объем составил 842 867 Гкал (в том числе в промышленности было использовано 465 988 Гкал теплоэнергии, из которых в сфере поставок электроэнергии, газа и кондиционированного воздуха – лишь 14 445 Гкал теплоэнергии). На протяжении последнего года объем использования электроэнергии в Волынской области составил 756 842 тыс. кВт·ч (в том числе в промышленности – 459 051 тыс. кВт·ч, из которых в сфере поставок электроэнергии, газа и кондиционированного воздуха – 40 651 тыс. кВт·ч соответственно) [5, с. 31].

Бесспорно, для эффективного функционирования предприятий важное значение имеет мотивация персонала, которая, в свою очередь, в значительной степени зависит от материального вознаграждения в форме заработной платы. Так, среднемесячная номинальная заработная плата в расчете на одного штатного работника в Волынской области в промышленности в 2016 г. составила 5 532 грн. Непосредственно в сфере поставок электроэнергии, газа и кондиционированного воздуха Волынской области ее размер был на уровне 5 247 грн, а по состоянию на июнь 2017 г. – 6 433 грн, что выше средней заработной платы по Волини [4].

Следует отметить, что кроме оплаты труда и других форм материального стимулирования среди основных внутренних факторов, влияющих на повышение эффективности труда персонала на микроуровне, находятся организация и нормирование труда; система подготовки и переподготовки кадров; мотивация персонала, расходы на его саморазвитие и образование, условия труда; перспективы карьерного роста, а также ряд других технологических, организационно-экономических, трудовых, научных, информационных, инфраструктурных, управленческих и других факторов.

Кроме этого, опосредованное влияние на развитие предприятий энергетической отрасли в целом и эффективность труда персонала в частности осуществляет и внешняя среда через призму общей финансово-экономической и политической ситуации в стране, что проявляется преимущественно из-за конъюнктуры рынка энергоресурсов и энергоносителей.

При этом важную роль играет и непосредственно сам работник с его квалификацией, компетентностью, опытом работы, личными способностями, умениями и навыками.

Стоит отметить, что предприятия энергетической отрасли Волынской области, так же как и большинство энергетических предприятий других регионов Украины, за последние 5 лет характеризуются непостоянством и нестабильностью в экономическом развитии, что негативно

сказывается на уровне эффективности труда персонала. Это, соответственно, обусловлено чрезмерной зависимостью энергетической отрасли от финансово-экономической ситуации в стране в целом. В частности, есть ряд проблем, которые препятствуют активному развитию предприятий энергетической отрасли в Волынской области: несовершенное нормативно-правовое обеспечение; нестабильность экономического положения региона и государства в целом; недостаточный объем инвестиций в энергетику; монополизация рынка энергоресурсов страны государственным предприятием «Энергорынок»; отсутствие стратегического планирования и управления непосредственно в энергетической сфере Волынской области, системного и комплексного подхода к энергосбережению Волыни.

Для их преодоления необходим эффективный энергоменеджмент на всех иерархических уровнях энергетической отрасли. Поэтому считаем целесообразным предложить следующие направления его совершенствования:

- **нормативно-правовой** (на уровне государства) – разработка новых и совершенствование действующих законов в сфере энергетики и трудового законодательства, регламентов и стандартов производства и поставки электроэнергии; внедрение новых локальных нормативно-правовых актов на уровне региона, направленных на активизацию использования наряду с традиционными энергоресурсами и возобновляемых источников энергии: солнечной энергетики, ветроэнергетики, биоэнергетики, гидроэнергетики;

- **экономический** (на уровне государства и региона), который должен включать меры по повышению инвестиционной привлекательности региона для привлечения инвестиций в сферу энергетики, стимулирование активизации развития возобновляемой энергетики с помощью «зеленых» тарифов;

- **организационный** (на уровне предприятия) – обеспечение формирования и реализации энергетических стратегий; улучшение условий труда, которые будут соответствовать особенностям производственного процесса и международным стандартам в сфере энергетики; оптимизация затрат рабочего времени на предприятиях энергетической отрасли;

- **социальный** (на уровне предприятия) – формирование благоприятного социально-психологического микроклимата, обеспечение мотивации персонала, повышения его квалификации; проведение тренингов, зарубежных стажировок в энергетической сфере с целью обмена опытом, внедрения лучших элементов энергосберегающих инновационных технологий в отечественную практику.

На наш взгляд, имплементация вышеприведенных направлений позволит усовершенствовать не только организационно-экономический механизм эффективности труда персонала предприятий энергетического профиля Волыни, но и способствовать развитию энергетической отрасли региона и страны в целом.

Список использованной литературы

1. **Мороз, О. В.** Ефективність праці у моделях розвитку підприємств : моногр. / О. В. Мороз, Ю. В. Міронова, Б. Є. Грабовецький. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 192 с.
2. **Тюпишева, О. Ю.** Система оцінки ефективності праці персоналу підприємств паливно-енергетичного комплексу / О. Ю. Тюпишева // Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. – 2010. – № 5. – Т. 4. – С. 259–262.
3. **Офіційний** сайт Волинської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://voladm.gov.ua/>.
4. **Офіційний** сайт Головного управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/>
5. **Статистичний** збірник «Паливно-енергетичні ресурси Волині» / за ред. Л. С. Баранюк ; відп. за вип. Л. О. Джигалюк // Головне управління статистики у Волинській області. – Луцьк, 2017. – 52 с.

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современном обществе приоритетное развитие принадлежит сфере услуг. В потребительской кооперации к этой сфере относятся объекты общественного питания, торговые организации и объекты, оказывающие бытовые услуги. Все эти хозяйствующие субъекты можно отнести к индустрии гостеприимства, развитию которой уделяется повышенное внимание. Повышение эффективности обслуживания клиентов в этой сфере приведет к повышению эффективности деятельности и к укреплению конкурентных позиций потребительской кооперации на рынке.

In modern society, priority is given to the development of service sector which includes many entities of consumer cooperatives, namely, public catering facilities, trade organizations and household services companies. All these entities can be considered as hospitality industry ones. At present they pay great attention to hospitality industry development. Improved efficiency of customer service in this area will increase activity efficiency and will strength market competitive positions of consumer cooperatives.

Ключевые слова: сфера услуг; индустрия гостеприимства; эффективность обслуживания; потребительская кооперация.

Key words: service industry; hospitality industry; service efficiency; consumer cooperatives.

Постиндустриальную стадию производства в экономически развитых странах определяют как «экономику услуг». Это связано с опережающим ростом производства услуг в сравнении с ростом материального производства. Но роль этого сектора в современной экономике связана не только и не столько с его преобладанием в структуре хозяйствования. В этой сфере человеческой деятельности формируются такие ключевые факторы экономического роста, как научные знания, нематериальные формы накопления, информационные технологии. К сфере услуг относится широкий круг видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение личных потребностей населения и нужд производства, а также потребностей общества в целом. В настоящее время удельный вес транспорта, связи, оптовой и розничной торговли, кредитно-финансовых учреждений, страхового бизнеса, бытовых, деловых и социально-культурных услуг в развитых странах превысил 70% в ВВП, общей численности занятых и значительно превысил 50% общего объема капиталовложений.

Потребности в развитии сферы услуг выходят за рамки экономических: многие услуги направлены на совершенствование самого человека, его интеллектуальных и физических возможностей, удовлетворение его культурных, духовных и социальных запросов. Кроме того, увеличились потребности промышленных организаций в высококачественных деловых услугах.

Потребительская кооперация Республики Беларусь, как многоотраслевая система, должна развивать отрасли, связанные с производством услуг. Кроме того, что это является международной тенденцией, эффективность производства услуг, как правило, выше эффективности промышленного производства. Это связано с низкой материалоемкостью сферы сервиса.

В современном мире конкурентоспособность является определяющим фактором экономического развития различных сфер экономики. Именно поэтому Концепцией развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы определена цель – «достижение уровня экономического развития, соответствующего статусу потребительской кооперации как конкурентоспособной многоотраслевой системы [1]. В связи с этим основными задачами кооперативного сектора являются «повышение конкурентоспособности потребительской кооперации, сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения», «освоение современных технологий во всех отраслях деятельности» [1].

Среди организаций потребительской кооперации к сфере сервиса в той или иной мере можно отнести объекты общественного питания, торговые организации и объекты, оказывающие бытовые услуги. Все эти хозяйствующие субъекты можно отнести и к индустрии госте-

приимства, развитию которой в нашей стране уделяется повышенное внимание. Согласно Программе социально экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. «Гостеприимство как комплексная форма обслуживания туристов охватит не только транспортную сферу, но и гостиничный и ресторанный бизнес, индустрию развлечений. При этом основной упор будет сделан на повышение качества обслуживания» [2].

За 2011–2015 гг. открыто 255 объектов общественного питания, 28 объектов придорожного сервиса, отремонтировано и технически переоснащено 620 объектов, 62 кондитерских цеха, приобретено и установлено 4,1 тыс. единиц технологического оборудования [1]. Согласно Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы в системе общественного питания акцент будет делаться на создание системы доступного и качественного питания, на популяризацию белорусской кухни, улучшение качества предоставляемых услуг за счет внедрения новых методов и технологий обслуживания и повышения профессионального уровня работников. Число предприятий общественного питания и число посадочных мест в них увеличивается. В настоящее время обслуживанием участников дорожного движения в системе потребительской кооперации занимаются 176 объектов придорожного сервиса: 131 объект общественного питания, 39 торговых объектов, 4 гостиницы, автозаправочная станция и моечный пункт. Удельный вес объектов общественного питания потребительской кооперации в общем количестве объектов питания, расположенных на автотрассах республики, составляет 24%.

Для повышения эффективности хозяйственной деятельности организаций потребительской кооперации и повышения их конкурентных позиций необходимо привлекать новых и удерживать уже имеющихся потребителей. В первую очередь на это влияет качество и эффективность обслуживания потребителей.

Оценка эффективности обслуживания потребителей и определение резервов ее повышения является актуальной задачей для всех типов и классов предприятий независимо от форм собственности и социальной направленности.

Показатели эффективности обслуживания в индустрии гостеприимства классифицируются по трем взаимосвязанным и взаимозависимым группам:

- показатели экономической эффективности обслуживания;
- показатели социально-культурной эффективности;
- показатели экологической эффективности.

Анализ первой группы показателей позволяет установить влияние различных показателей обслуживания на экономические результаты работы предприятия: розничный товарооборот, оборот продукции собственного производства, объем платных услуг населения, расходы на реализацию и прибыль.

Социальный эффект обслуживания выражается в сокращении затрат времени потребителей на пользование услугами, повышении культуры обслуживания, создании удобств потребителям в выборе и получении готовой услуги или продукции, соблюдении эстетических и санитарных требований в объектах, улучшении условий труда персонала организаций.

К третьей группе относятся показатели результативности природоохранной деятельности организаций.

Так, для объектов общественного питания организация реализации и потребления продукции связана с затратами, которые принимают стоимостную форму и выступают как расходы по реализации организации обслуживания. В процессе обслуживания участвуют основные производственные средства (здания и оборудование), средства материально-технического оснащения и обслуживающий персонал. Степень их использования для различных типов и классов предприятий общественного питания неодинакова. Это связано прежде всего с необходимостью затрат на более высокое сервисное обеспечение обслуживания.

На показатели эффективности обслуживания влияют такие важные факторы, как рациональное использование материально-технической базы, продолжительность приема пищи одним потребителем, оборачиваемость одного места в течение рабочего времени, формы и методы обслуживания и др.

Эффективность обслуживания следует определять методом сравнения нормативных и фактических показателей, показателей разных предприятий одного типа и класса.

Фактические данные об использовании площади зала и продолжительности приема пищи, а также количестве потребителей по предприятию могут быть получены путем наблюдения и замеров.

Эффективность использования материально-технической базы в организации обслуживания связана с пропускной способностью залов, которая зависит от общего количества мест, продолжительности приема пищи одним потребителем и часов работы предприятия. Этот показатель позволяет с учетом потоков посетителей регулировать выпуск блюд по часам их реализации и определить эффективность использования площади зала.

При анализе эффективности форм обслуживания выделяются предприятия с обслуживанием официантами и с самообслуживанием.

Производительность труда официантов, буфетчиков, барменов в аналогичных по типу и вместимости предприятиях увеличивается с ростом объема товарооборота. Но повышение удельного веса продукции собственного производства, более трудоемкой в реализации и организации потребления, снижает выработку официантов.

Кроме того, производительность труда зависит от планировочного решения торговых помещений и организации рабочих мест. При увеличении расстояния от кухни до торгового зала выработка официанта уменьшается.

Эффективность самообслуживания во многом зависит от выбора форм расчета, времени работы и степени доступности предприятия.

Эффективность труда работников зависит от организации рабочих мест раздачи, применения специального оборудования, инструмента, инвентаря, ассортимента блюд, времени отпуска одного блюда.

Социальная эффективность обслуживания связана с различными факторами, в том числе с затратами времени на пользование услугами предприятий общественного питания. Величина и структура затрат времени потребителей зависят от уровня организации обслуживания, месторасположения предприятия питания и применяемых в нем методов обслуживания.

Оценка социальной эффективности обслуживания включает следующие показатели:

- общие затраты времени на пользование услугами питания и отдыха;
- затраты времени на выбор блюд в залах предприятий;
- затраты времени на общение с официантами;
- затраты времени на расчетные операции;
- количество дополнительных услуг, оказываемых потребителю и т. д.

Однако на постсоветском пространстве сдерживающим фактором роста эффективности деятельности организаций общественного питания является менталитет населения. Как правило, столовыми пользуется работающее население во время обеда, а другими объектами общественного питания пользуются лишь по особому случаю. Учитывая, что организации потребительской кооперации находятся, в основном, в сельской местности, проблема здесь усугубляется еще и снижением численности сельского населения.

Для привлечения населения в объекты общественного питания, торговли и другие объекты индустрии гостеприимства необходимо наряду с повышением эффективности обслуживания населения, расширять спектр предлагаемых услуг, проводить всевозможные акции, общественно значимые мероприятия на базе объектов, функционирующих в населенных пунктах.

На базе придорожных объектов общественного питания потребительской кооперации можно развивать гастрономический туризм. Необходимо разработать специализированное туристическое меню, гастрономическую карту и т. п.

Список использованной литературы

1. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы. – Минск : Белкоопсоюз, 2016.

2. **Программа** социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.government.by/upload/docs/program_ek-2016-2020.pdf.

**ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ,
ИХ ОСОБЕННОСТИ И РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ**

В статье рассмотрены основные тенденции социально-экономического развития Республики Беларусь, потребительского рынка, основных показателей его развития, определены причины и направления экономического роста.

The article considers the main development trends of social and economic development of the Republic of Belarus, consumer market, its key development indicators; reasons and directions of economic growth were identified.

Ключевые слова: потребительский рынок; розничная торговля; социально-экономическое развитие; внешняя торговля; ВВП на душу населения; розничный товарооборот.

Key words: consumer market; retail trade; social and economic development; foreign trade; Per capita GDP; retail turnover.

В современных условиях хозяйствования, характеризующихся негативными последствиями глобального экономического кризиса, перед белорусскими производителями возникает достаточно сложная задача – сохранение своего экспортного потенциала и последующее расширение конкурентных позиций по мере посткризисного оживления мировой экономики.

Главная цель развития страны на 2016–2020 гг. определена Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. – повышение качества жизни населения на основе роста конкурентоспособности экономики, привлечения инвестиций и инновационного развития.

Для реализации этой цели важно определить тактику практических действий в управлении экономикой исходя из оценки состояния и основных особенностей ее развития в предыдущий период на основе анализа основных социально-экономических показателей развития экономики Республики Беларусь за 2010–2015 гг. (таблица 1).

Так, темп роста валового внутреннего продукта в 2015 г. составил 96,1%, что на 11,6% ниже, чем в 2010 г. и на 5,6% по сравнению с итогами 2014 г.

Таблица 1 – Динамика и тенденции развития основных социально-экономических показателей экономики Республики Беларусь за 2010–2015 годы в сопоставимых ценах, в % к предыдущему году

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Отклонение (+; –)			
							2015 г. от 2010 г.	2015 г. от 2014 г.	2014 г. от 2013 г.	2011 г. от 2010 г.
1. Валовой внутренний продукт (ВВП)	107,7	105,5	101,7	101,0	101,7	96,1	–11,6	–5,6	0,7	–2,2
2. Производительность труда по ВВП	107,2	105,7	103,5	101,7	102,3	97,3	–9,9	–5	0,6	–1,5
3. Продукция промышленности	111,7	109,1	105,8	95,1	102,0	93,4	–18,3	–8,6	6,9	–2,6
4. Продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий	102,5	106,6	106,6	95,8	102,9	97,1	–5,4	–5,8	7,1	4,1
5. Розничный товарооборот	115,7	109,0	114,1	118,0	106,0	98,7	–17	–7,3	–12	–6,7
6. Экспорт товаров и услуг	120,5	158,8	111,5	84,9	98,3	75,8	–44,7	–22,5	13,4	38,3
7. Реальные располагаемые денежные доходы населения	114,8	98,9	121,5	116,3	100,9	94,1	–20,7	–6,8	–15,4	–15,9

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Отклонение (+; –)			
							2015 г. от 2010 г.	2015 г. от 2014 г.	2014 г. от 2013 г.	2011 г. от 2010 г.
8. Индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года)	109,9	208,7	121,8	116,5	116,2	112,0	2,1	–4,2	–0,3	98,8
Примечание – Собственная разработка на основе данных источников [1; 2].										

Динамика производительности труда по ВВП в 2015 г. характеризуется такой же тенденцией, т. е. по сравнению с 2014 г. темп роста составил 97,3%, что на 9,9% ниже, чем в 2010 г. и на 5%, чем в 2014 г.

Темп роста производства продукции промышленности в 2015 году составил 93,4%, что на 18,3% ниже, чем в 2010 г. и на 8,6% ниже, чем в 2014 г. В 2011 году темп роста продукции промышленности составил 109,1 %, что на 2,6% меньше, чем в 2010 г.

Темп роста производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий в 2015 г. составил 97,1%, что на 5,4% ниже, чем в 2010 г. и на 5,8%, чем в 2014 году.

Данные тенденции изменения основных показателей экономики страны сформировали особенности развития потребительского рынка. Если за основу брать розничный товарооборот, то темп его роста в 2015 г. составил 98,7%, что на 5,4% ниже итогов развития 2010 г. и на 17% по сравнению с 2014 г. В 2011 г. темп роста производства продукции промышленности составил 109%, что на 6,7% ниже 2010 г. В 2014 г. он составил 106%, что на 12% ниже, чем в 2013 г., т. е. наблюдается общая закономерность снижения темпов развития.

Темп роста экспорта товаров и услуг в 2015 г. составил 98,7%, что на 44,7% ниже, чем в 2010 г. и на 22,5%, чем в 2014 г. Важным социально-экономическим показателем развития экономики, существенно влияющим на состояние потребительского рынка, является динамика реальных располагаемых денежных доходов населения. Так, в 2015 г. их темп роста составил 94,1%, что на 20,7% ниже, чем в 2010 г. и на 6,8%, чем в 2014 году.

Следовательно, основными тенденциями развития экономики Республики Беларусь в период 2011–2015 гг. являются:

- стабильное снижение темпов роста валового внутреннего продукта;
- производительность труда по ВВП за пятилетку снизилась на 9,9%;
- резкое снижение темпов производства продукции промышленности;
- снижение темпов развития производства продукции сельского хозяйства, так в 2013 и 2015 гг. темп роста находился ниже 100%, а за пятилетку он снизился на 5,4%.

Снижение ресурсной базы для потребительского рынка и реально располагаемых денежных доходов населения привело к следующим последствиям его развития в период 2011–2015 гг.:

- снижению розничного товарооборота в 2015 г. по сравнению с 2010 г. на 17%;
- снижению экспорта товаров и услуг на 44,7% и др.

Необходимо отметить, что основной причиной снижения темпов роста экспорта товаров и услуг является не только снижение темпов роста производства продукции промышленности и сельского хозяйства, а главным образом снижение конкурентоспособности продукции республики. Так, снижение темпов роста экспорта товаров и услуг опережает снижение темпов роста производства продукции промышленности на 26,1%, по продукции сельского хозяйства – на 39,3%.

Данная ситуация в экономике Республики Беларусь обусловлена кризисными явлениями в экономике республики и мировой экономике в целом.

В 2011–2015 гг. проведена комплексная модернизация ряда отраслей экономики, позволившая создать определенный задел для повышения темпов развития социально-экономических показателей экономики на перспективу, что необходимо учитывать в планировании организации потребительского рынка.

Рассмотрим тенденции развития потребительского рынка Республики Беларусь за 2010 – 2015 гг. (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика и тенденции развития потребительского рынка Республики Беларусь за 2010–2015 гг. в сопоставимых ценах, в % к предыдущему году

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Отклонение (+; –)			
							2015 г. от 2010 г.	2015 г. от 2014 г.	2014 г. от 2013 г.	2011 г. от 2010 г.
1. Розничный товарооборот	115,7	109,0	114,1	118,0	106,0	98,7	–17,0	–7,3	–12,0	–6,7
2. Розничный товарооборот организаций торговли, всего	117,3	118,5	113,2	112,2	106,7	99,1	–18,2	–7,6	–5,5	1,2
В том числе:										
продовольственных товаров	112,9	106,4	113,0	112,2	106,7	99,1	–13,8	–7,6	–5,5	–6,5
непродовольственных товаров	124,9	137,9	113,3	126,2	108,9	95,2	–29,7	–13,7	–17,3	13,0
3. Объем платных услуг населению	111,3	105,4	102,6	108,4	99,3	96,1	–15,2	–3,2	–9,1	–5,9
Примечание – Собственная разработка на основе данных источника [1; 2].										

Тенденции развития основных показателей экономики республики отразились и на динамике развития розничного товарооборота организаций торговли. Так в 2015 г. темп его роста составил 99,1%, что на 18,2% ниже, чем в 2010 г., и на 7,6%, чем в 2014 г.

Динамика развития розничного товарооборота продовольственных товаров организаций торговли имеет индивидуальные особенности. Так в 2015 г. темп его роста составил 99,1%, что на 13,8% ниже, чем в 2010 г. и на 7,6% ниже, чем в 2014 г. В 2011 г. темп роста розничного товарооборота продовольственных товаров организаций торговли составил 106,4%, что на 1,2% выше, чем в 2010 г., в 2014 г. составил 106,7%, что на 5,5% ниже, чем в 2013 г.

Темп роста розничного товарооборота непродовольственных товаров организаций торговли в 2015 г. составил 95,2%, что на 29,7% ниже, чем в 2010 г. и на 13,7% по сравнению с 2014 г., а в 2011 г. темп роста розничного товарооборота непродовольственных товаров организаций торговли составил 137,9%, что на 13% выше, чем в 2010 г.

Темп роста объема платных услуг в 2015 г. составил 96,1%, что на 15,2% ниже, чем в 2010 г., и на 3,2% ниже, чем в 2014 г. В 2011 г. темп роста объема платных услуг составил 105,4%, что на 5,9% ниже, чем в 2010 г. В 2014 г. составил 99,3%, что на 9,1% ниже, чем в 2013 г.

Следовательно, к основным тенденциям развития потребительского рынка Республики Беларусь в период 2010–2015 гг. относятся:

- значительное снижение темпов роста всех показателей, влияющих на развитие потребительского рынка в 2015 г., по которым темпы роста были ниже 100%;
- снижение темпов развития розничного товарооборота торговых организаций, так, за пятилетку снижение произошло на 18,2%, тенденция снижения началась после 2011 г.;
- темпы снижения реализации непродовольственных товаров опережают темпы снижения реализации продовольственных товаров на 15,9%;
- ежегодное снижение темпов развития платных услуг, кроме 2013 г., за исследуемый период реализация платных услуг снизилась на 15,2%.

Валовой внутренний продукт (ВВП) является основным макроэкономическим показателем, характеризующим уровень развития экономики страны. Использование валового внутреннего продукта происходит по двум главным направлениям: на конечное потребление и валовое накопление. Большая часть ВВП (65,8%) направляется на потребление. Конечное потребление домашних хозяйств является основной категорией системы национальных счетов, характеризующей воспроизводство жизнедеятельности населения. Его доля в валовом внутреннем продукте за 2015 г. составила 50,3% (таблица 3).

Доля валового накопления в структуре использования ВВП составила 30%. Для межстрановых сопоставлений экономического развития в международной практике используется показатель ВВП по паритету покупательной способности, который позволяет оценить объем ВВП различных стран в единой денежной единице.

ВВП на душу населения по паритету покупательской способности является одним из основных показателей, характеризующих уровень жизни населения.

За пятилетие ВВП на душу населения по паритету покупательской способности в республике вырос с 15,4 тыс. долл. США в 2010 г. до 17,7 тыс. долл. США в 2015 г. Среди стран СНГ по ВВП на душу населения по паритету покупательской способности Беларусь занимает 4 место, уступая России, Казахстану и Азербайджану.

В 2015 г. экспортировано товаров и услуг на сумму 32,8 млрд долл. США, что на 12,1% выше, чем в 2010 г. При этом следует отметить, что рост экспорта наблюдался при заметном сокращении импортных поступлений. В 2015 г. импортировано товаров и услуг на сумму 32,7 млрд долл. США, или на 11,2% ниже, чем в 2010 г. (таблица 3).

В результате сальдо внешнеторговых операций в 2015 г. с товарами и услугами сложилось в размере 175 млн долл. США, в то время как в 2010 г. сальдо имело отрицательное значение, и его величина составляла 7,5 млрд долл. США.

Отношение сальдо внешней торговли товарами и услугами к валовому внутреннему продукту в 2015 г. составило 0,3% по сравнению с 13,6% в 2010 г. при нормативе экономической безопасности не менее минус 5%

Таблица 3 – Внешняя торговля Республики Беларусь за 2010–2015 гг.

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Отклонение (+; –)			
							2015 г. от 2010 г.	2015 г. от 2014 г.	2014 г. от 2013 г.	2011 г. от 2010 г.
Объем внешней торговли товарами и услугами, всего, млн долл. США	66 104	94 283	100 938	90 433	87 107	65 501	–603	–21 606	–3 326	28 179
В том числе:										
экспорт	29 302	46 537	51 886	44 046	43 312	32 838	3 536	–10 474	–734	17 235
импорт	36 802	47 746	49 052	46 387	43 795	32 663	–4 139	–11 132	–2592	10 944
сальдо	–7 500	–1 209	2 834	–2 341	–483	175	7 675	658	1 858	6 291
Отношение сальдо внешней торговли товарами и услугами к валовому внутреннему продукту, %	–13,6	–2,1	4,5	–3,2	–0,6	0,3	13,9	0,9	2,6	11,5
Примечание – Собственная разработка на основе данных источников [1; 2].										

В 2015 г. экспортировано товаров на 7 061,4 млн долл. США, что на 603,2 млн долл. США выше, чем в 2010 г., но на 1 847,4 млн долл. США ниже, чем в 2014 г. (таблица 4).

Таблица 4 – Внешняя торговля товарами в Республике Беларусь 2010–2015 гг., млн долл. США

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Отклонение (+; –)			
							2015 г. от 2010 г.	2015 г. от 2014 г.	2014 г. от 2013 г.	2011 г. от 2010 г.
Объем внешней торговли товарами, всего	6 458,2	10 453,2	10 348,4	9 682,8	8 908,8	7 061,4	603,2	–1847,4	–774	3995
В том числе:										
экспорт	2 677,6	4 799,5	5 057,1	4 936,0	4 644,9	3 164,7	487,1	–1 480,2	–291,1	2 121,9
импорт	3 780,6	5 563,7	5 291,3	4 746,8	4 263,9	3 896,7	116,1	–367,2	–482,9	1 783,1
сальдо	–1 103,0	–854,2	–234,2	189,2	381,0	–732,0	371	–1 113	191,8	248,8
Примечание – Собственная разработка на основе данных источников [1; 2].										

Импортировано товаров в 2015 г. на 3 896,7 млн долл. США, что на 116,1 млн долл. США выше, чем в 2010 г., но на 367,2 млн долл. США ниже, чем в 2014 г. В результате сальдо внешнеторговых операций в 2015 г. составило 732 млн долл. США, в то время как в 2010 г. оно составляло 1 103 млн долл. США.

Внешняя торговля Республики Беларусь в последние годы развивалась под воздействием ряда негативных факторов: падение мировых цен, девальвация национальных валют в России и Казахстане, приведшая к сокращению платежеспособного спроса покупателей белорусской

продукции, политический и экономический кризис на Украине. Вместе с тем, даже в таких сложных условиях в 2015 г. по сравнению с 2010 г. удалось нарастить экспорт товаров и услуг.

Расширяется география внешней торговли товарами. В 2015 г. зарегистрированы экспортно-импортные операции со 196 странами мира, в 2010 г. – со 187 странами. Товары поставлялись на рынки 165 государств (в 2010 г. – 156), импортировалась продукция из 181 страны (в 2010 г. – из 174).

Основными торговыми партнерами республики в 2015 г. являлись: Россия – 48,3% от всего объема товарооборота, Украина – 6,1, Китай – 5,6, Соединенное Королевство – 5,5, Германия – 4,3, Польша – 3,2, Нидерланды – 2,4, Литва – 2,2, Италия – 1,3, Латвия – 1,2%.

На долю стран СНГ по итогам 2015 г. приходилось 57% внешнеторгового оборота республики. Экспорт товаров в эти страны составил 14,1 млрд долл. США (53% общего объема экспорта), импорт из них – 18,3 млрд долл. США (61%).

Объем экспорта в страны СНГ в 2015 г. превысил уровень 2010 г. на 3,2%, 2005 г. – в 2 раза. Импорт товаров из стран СНГ по сравнению с 2010 г. сократился на 10,7% [1].

Наиболее тесно в торгово-экономическом отношении Беларусь связана с Россией. На ее долю приходится почти половина общего объема внешней торговли Беларуси.

Основу экспорта Беларуси в Россию составляет продукция пищевой промышленности, грузовые автомобили, тракторы, седельные тягачи и их части, нефтепродукты, пластмассы и изделия из них, мебель, холодильники и морозильники, шины, обувь. Из России республика получает большую часть сырья, материалов и энергоресурсов.

Основные тенденции развития экономики Республики Беларусь в период 2011–2015 гг. следующие:

- ежегодное снижение темпов роста валового внутреннего продукта, а в 2015 г. по сравнению с 2014 г. – ниже 100% (96,1%) и в целом за пятилетку снижение составило 11,6%;
- производительность труда по ВВП за пятилетку снизилась на 9,9%;
- резкое снижение темпов производства промышленной продукции, (снижение на 18,3%, притом из пяти лет в 2013 и 2015 гг. темпы роста были ниже 100%);

Исследование показало снижение темпов производства продукции сельского хозяйства, так в 2013 и 2015 гг. темп роста был ниже 100%, а за пятилетку он снизился на 5,4%.

Следовательно, снижение ресурсной базы для развития потребительского рынка и реально располагаемых денежных доходов населения привело к следующим последствиям:

- снижению розничного товарооборота в 2015 г. по сравнению с 2010 г. на 17%;
- уменьшению экспорта товаров и услуг на 44,7%;
- снижению темпа развития розничного товарооборота торговых организаций за исследуемый период на 18,2%, тенденция снижения началась с 2012 г.;
- устойчивое снижение темпов реализации непродовольственных товаров и опережение темпов снижения реализации продовольственных товаров на 15,9%;
- ежегодное снижение темпов реализации платных услуг, кроме 2013 г., за пятилетку реализация платных услуг снизилась на 15,2%, при этом с 2014 г. темп роста ниже 100%.

В текущем пятилетии основные усилия в развитии экономики Республики Беларусь будут сконцентрированы на сокращении межрегиональных различий в уровне и качестве жизни населения, следовательно, дальнейшее исследование будет направлено на оценку региональных особенностей развития потребительского рынка.

Список использованной литературы

1. **Беларусь** в цифрах : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2016. – 72 с.
2. **Беларусь** страна для жизни : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2016. – 213 с.

ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОСТРОЕНИЯ УЧЕТА ЗАТРАТ ЗАГОТОВИТЕЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье на основе изучения отечественного и зарубежного опыта, результатов научного исследования рассмотрены отдельные подходы к учету затрат в заготовительной отрасли, выбор системы счетов с целью детализации информации для целей управления и определены направления ее развития.

In the article some approaches to cost accounting in procurement have been considered, the choice of accounts system aimed at information detailing for management has been determined and the directions of its development based on studying native and foreign experience, scientific research results have been suggested.

Ключевые слова: заготовки; затраты; продукция; сырье; учет.

Key words: procurement; costse production; raw materials; accounting.

Многоаспектность и неоднозначность проблем учета затрат в заготовительной отрасли, их теоретическая и практическая значимость, необходимость адаптации существующих методик учета затрат к потребностям развития современной экономики и отраслевым особенностям организаций потребительской кооперации определили актуальность данной статьи и круг рассматриваемых вопросов.

Основной задачей бухгалтерского учета заготовительно-производственных организаций является формирование полной, достоверной и сопоставимой информации о состоянии и использовании имущества, которым располагает организация, в том числе на разных стадиях его кругооборота, источниках его образования, хозяйственных операциях и процессах, выраженной в экономических показателях.

Для достижения поставленной цели следует использовать методики бухгалтерского учета, отвечающие требованиям рыночной экономики. Из них в настоящее время получили развитие методики финансового, налогового и управленческого учета.

Финансовый учет затрат в заготовительной деятельности позволяет сформировать основные оценочные показатели, подлежащие отражению в финансовой отчетности. При выборе системы счетов, используемых для учета затрат заготовительных организаций, следует учитывать их отраслевые особенности.

В процессе закупки и реализации сельскохозяйственной продукции и сырья в данных организациях возникают затраты, которые понесла организация в процессе приобретения (за исключением стоимости приобретаемых у поставщиков сельскохозяйственных продуктов и сырья), хранения и реализации. Выраженные в денежной форме, они рассматриваются в настоящее время как расходы на реализацию [1].

К расходам на реализацию заготовительных организаций относят заготовительные расходы, связанные с закупкой сельскохозяйственных продуктов и сырья, их приемкой, транспортировкой, хранением, подработкой, подсортировкой, упаковкой, реализацией, расходы на содержание заготовительных и приемных пунктов. Не относятся к расходам на реализацию затраты по упаковке и транспортировке продукции, возмещаемые покупателями в соответствии с договорами сверх стоимости товара.

Перечень расходов и порядок их включения в состав затрат заготовительных организаций регулируются общеотраслевыми и внутриведомственными нормативными документами. Действующий порядок предполагает использование в аналитическом учете номенклатуры статей расходов, состоящей из 13 позиций.

Принятая учетная номенклатура отражает общую сумму расходов заготовительного предприятия без детализации по направлениям деятельности, структурным подразделениям, центрам ответственности и центрам возникновения затрат. Это, по нашему мнению, не позволяет осуществлять эффективное управление затратами, выделить затраты, учитываемые и не

учитываемые при налогообложении прибыли, а также своевременно принимать обоснованные управленческие решения по их минимизации. Действующий «котловый» метод учета затрат не обеспечивает организацию персональной ответственности на каждом этапе возникновения расходов из-за отсутствия необходимого информационного обеспечения.

Поэтому основной целью бухгалтерского учета расходов на реализацию, по нашему мнению, является своевременная регистрация и обобщение расходов по каждому направлению деятельности заготовительной организации (снабженческо-заготовительной, производственной, коммерческо-сбытовой, организационно-управленческой) с осуществлением по возможности материальной ответственности работников для каждого места возникновения затрат [2, с. 16].

Реализация поставленной цели будет достигнута в результате решения следующих задач:

- правильное разграничение затрат по направлениям деятельности заготовительно-производственной организации, местам их возникновения, статьям установленной номенклатуры;
- проверка законности и целесообразности осуществляемых на предприятии затрат, правильности их документального оформления;
- объективное распределение затрат по отчетным периодам;
- своевременное представление информации, необходимой для оценки эффективности произведенных затрат и принятия управленческих решений;
- контроль и анализ исполнения утвержденных смет расходов по видам продукции.

Основным местом возникновения затрат в заготовках являются коопзаготпромы, в которых накапливается, перерабатывается, а затем реализуется вся заготовленная продукция. Исследование состояния бухгалтерского учета в заготовительно-производственных организациях Республики Беларусь показали, что организация синтетического и аналитического учета расходов на реализацию не позволяет осуществлять их оперативный контроль и принимать обоснованные управленческие решения. Это вызвано тем, что при планировании объема закупок уровень расходов на реализацию по коопзаготпрому устанавливается ко всему заготовительному обороту без учета ассортимента закупаемой и реализуемой продукции и сырья и оборота по реализации этой продукции. В учете, анализе и при планировании не учтены направления или подотрасли заготовительной деятельности (кроме заготовок):

- переработка сельскохозяйственной продукции (соленье, квашение, сушка, сульфитация плодов и овощей, переработка грибов, сушка лекарственных растений и др.), которая способствует более полному освоению ресурсов сельского хозяйства, сокращению потерь в производстве и заготовках, увеличению ресурсов кооперативной и государственной торговли;
- длительное хранение картофеля и плодоовощной продукции в целях снабжения ими розничной торговой сети и предприятий общественного питания в межсезонный период;
- вспомогательное производство, обеспечивающее успешное проведение заготовок и переработки (производство и ремонт тары и т. п.);
- другие виды деятельности (коммерческо-сбытовая, собственный транспорт, строительство и капитальный ремонт и т. д.), осуществляемые, как правило, в незначительных объемах и обеспечивающие нормальное функционирование заготовительно-производственных процессов.

Комплексный характер хозяйства заготовительных организаций позволяет им в полном объеме выполнять главные задачи роста объемов закупок, переработки и улучшения качества продукции, расширения товарных ресурсов.

Для совершенствования действующей системы «котлового» учета затрат и организации возможности определения финансовых результатов по направлениям деятельности необходима разработка методики учета расходов, доходов и финансовых результатов по каждому структурному подразделению, каждому виду продукции, направлениям деятельности и организации в целом.

Унификация требований нормативных документов, предназначенных для организаций различных форм собственности и отраслей хозяйственной деятельности, а также возможности действующего плана счетов требуют разработки наиболее общих методик финансового учета затрат для различных отраслей и направлений деятельности. Отраслевые особенности, по нашему мнению, должны отражать методики управленческого учета и организацию информационного обмена между финансовым, налоговым и управленческим учетом. Кроме того, они должны быть учтены при разработке рабочего плана счетов каждой заготовительно-производственной организации при составлении положения об учетной политике, позволяюще-

го сформировать основные оценочные показатели деятельности заготовительно-производственных организаций.

Решение этой проблемы, как нам представляется, находится в разграничении затрат заготовительно-производственной организации по направлениям ее деятельности. Действующая методология бухгалтерского учета позволяет произвести такое разграничение с использованием синтетических счетов, предусмотренных новым планом счетов, и открытых дополнительных аналитических счетов второго и третьего порядка.

Преобразование заготовительных контор, первоначально осуществлявших посредническую деятельность, в заготовительно-производственные организации дало возможность новым субъектам хозяйствования осуществлять не только посредническую (заготовку и реализацию), но и производственную деятельность. Поэтому для организации учета затрат, связанных с производственными процессами, необходимо использовать калькуляционные счета, предусмотренные действующим планом счетов. Это позволит исключить из состава затрат расходы на реализацию, учтенные на одноименном счете 44 «Расходы на реализацию», издержки производства. При этом они будут обособлены на счете 20 «Основное производство» [3].

В настоящее время издержки обращения по всем направлениям деятельности заготовительно-производственной организации обобщаются на одноименном синтетическом счете 44 «Расходы на реализацию». Поэтому в настоящее время он наряду со счетом 41 «Товары» имеет достаточно высокую информационную нагрузку. В результате бухгалтерский учет в данных организациях не выполняет своей основной функции – не способствует получению оперативной информации с целью принятия обоснованных управленческих решений. В составе расходов на реализацию накапливаются затраты всех структурных подразделений, что не позволяет дать достоверную оценку их работе по конечному финансовому результату.

Решение данной проблемы нам представляется в детализации затрат по стадиям кругооборота и местам возникновения. Это позволит ослабить смысловую нагрузку для счетов «Товары» и «Издержки обращения» и тем самым даст возможность систематизировать учетные данные по процессам заготовки, первичной переработки, хранения и сбыта продукции и сырья по статьям затрат разработанной номенклатуры. Такая детализация информации представляется нам логичной и целесообразной, поскольку она позволит сформировать в бухгалтерском учете необходимые результативные показатели. Использование этих показателей на этапе контроля и анализа позволит расширить аналитические возможности учета и в полной мере реализовать методики управленческого учета в практической деятельности исследуемых организаций [2, с. 40–41].

Для формирования наиболее общих показателей, характеризующих состав затрат заготовительно-производственных предприятий, логично и целесообразно предложить следующий порядок организации их накопления на счетах синтетического учета.

Для обобщения затрат о заготавливаемых сельскохозяйственной продукцией и сырье, по нашему мнению, необходимо использовать синтетические счета «Материалы», «Заготовление и приобретение материалов» и «Отклонения в стоимости материалов». Система этих синтетических счетов позволит сформировать показатель заготовительного оборота в двух оценках: по действующим закупочным ценам и по себестоимости заготовок [2, с. 40].

При этом на счете «Материалы» должны отражаться заготовленные сельскохозяйственные продукция и сырье в оценке по установленным закупочным ценам. Дебетовый оборот по счету сформирует информацию о фактически поступившей от сдатчиков продукции, а кредитовый оборот будет отражать различные направления использования заготовленной продукции по установленным закупочным ценам:

- реализация покупателям для последующей промышленной переработки;
- отпуск в переработку и сортировку;
- реализация объектам торговли и общественного питания;
- другие направления использования.

Общая сумма расходов, относящаяся к процессу заготовки сельскохозяйственной продукции, в зависимости от принятого варианта формирования себестоимости заготовок и оценки в учете закупленных сельскохозяйственных продуктов и сырья, будет относиться в дебет счетов «Заготовление и приобретение материалов» или «Отклонения в стоимости материалов».

Показатель себестоимости закупок за отчетный период будет определяться как сумма дебетовых оборотов по счетам 10 «Материалы» и 16 «Отклонения в стоимости материалов».

Кредитовый оборот по счету 16 «Отклонение в стоимости материалов» будет отражать сумму накопленных отклонений, относящихся к стоимости сельскохозяйственной продукции и сырья, списанных со счета 10 «Материалы» [2, с. 42].

Используемая в процессе формирования показателя себестоимости закупок система счетов должна сформировать показатель заготовительного оборота, который отражается в статистической отчетности заготовительных предприятий.

Для решения вопроса о необходимости формирования показателя заготовительного оборота в предлагаемых нами методиках целесообразно наиболее полно использовать возможности аналитического учета к счету «Материалы» и регистров бухгалтерского учета. Для этих целей при обобщении информации, содержащейся в первичных документах, в регистрах аналитического учета следует отражать суммы, включаемые и не включаемые в заготовительный оборот. Такое решение вопроса обеспечит не только абсолютное следование общей методологии бухгалтерского учета, но сократит трудоемкость учетных работ.

Для организации бухгалтерского учета продукции и сырья, направленного в переработку, целесообразным представляется использование счетов 20 «Основное производство» или 23 «Вспомогательные производства» в зависимости от варианта учетной политики организации.

Аналитический учет затрат по первичной переработке сельскохозяйственной продукции на счете 20 «Основное производство» организуется в разрезе разработанной номенклатуры статей. Записи хозяйственных операций на счете 20 «Основное производство» производятся в установленном порядке. Дебетовый оборот по счету сформирует общую сумму затрат на переработку сельскохозяйственной продукции и сырья. Кредит счета 20 «Основное производство» покажет фактическую себестоимость переработанной продукции в момент передачи ее на склад.

На счете 41 «Товары» заготовительно-производственные организации будут отражать стоимость заготовленной сельскохозяйственной продукции, направляемой для реализации в торговые предприятия коопзаготпрома. Оценка товарно-материальных ценностей, подлежащих учету на данном счете, будет производиться по установленным закупочным ценам с учетом доли отклонений, относящихся к стоимости сельскохозяйственной продукции, направляемой в сферу потребления. Для учета суммы отклонений, относящихся к заготовленной сельскохозяйственной продукции, переданной в сферу обращения, к счету 41 «Товары» открывается отдельный аналитический счет.

Дебетовый оборот по счету будет составлять стоимость сельскохозяйственной продукции, заготовленной структурными подразделениями заготпрома и списанной со счета 10 «Материалы» в момент передачи ее в сферу потребления.

Таким образом, использование предлагаемых синтетических счетов и рекомендуемых методик учета позволит повысить качество учетно-аналитической информации о затратах предприятия, полноту и точность отражения фактических финансовых результатов процессов заготовки, переработки, длительного хранения и сбыта сельскохозяйственной продукции и сырья, расширить и углубить информационную базу анализа хозяйственной деятельности и решить многие проблемы учетного, контрольного и организационного характера.

Список использованной литературы

1. **Инструкция** по бухгалтерскому учету доходов и расходов : утв. постановлением М-ва экономики Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

2. **Трофимова, А. Н.** Учет затрат в заготовительной отрасли потребительской кооперации: состояние, проблемы и пути развития : моногр. / А. Н. Трофимова. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2005. – 176 с.

3. **Рабочий** план счетов бухгалтерского учета организаций потребительской кооперации Республики Беларусь и Методические указания по применению рабочего плана счетов бухгалтерского учета организаций потребительской кооперации Республики Беларусь : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 12 янв. 2012 г. № 10. – Минск, 2012.

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ИЗДЕРЖКАМ ОБРАЩЕНИЯ

В статье определены современные подходы к понятиям «расходы на реализацию» и «издержки обращения», сходство и различия в их сущности и содержании. Состав издержек обращения и организация их аналитического учета представлены в связи с изменениями в белорусском законодательстве, которые направлены на сближение с МСФО.

In the article the modern approaches to the concept concepts of “distribution costs” and “trading costs”, the similarities and differences in their nature and content. The composition of the costs and organisation of the analytical account presented on the basis of changes in the Belarusian legislation, which are aimed at convergence with IFRS.

Ключевые слова: издержки обращения; расходы; затраты; учет; статьи расходов.

Key words: costs of treatment; costs; expenses; accounting; expenditure.

С принятием Типового плана счетов бухгалтерского учета и Инструкции о порядке применения Типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденных постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 (далее – Инструкция № 50) из учетной общенормативной терминологии исключено понятие «издержки обращения». В связи с этим возникает вопрос о правомерности использования понятия «издержки обращения» в отношении отраслевых расходов торговых организаций и выделении их в качестве учетно-аналитического объекта.

Дефиниции «издержки» (*cost*), «расходы» (*expense*) и «затраты» (*expenditure*) в экономической литературе часто используются как синонимы, но значение этих категорий, безусловно, разное. Различия в содержании обусловлены целями их использования в учете, анализе и управлении [1].

Затраты – стоимость ресурсов, приобретенных и (или) потребленных организацией в процессе осуществления различных видов деятельности. Указанные ресурсы признаются активами, если от них организация предполагает получение в будущих периодах экономических выгод. Затраты, не приводящие к получению в будущем экономических выгод, признаются расходами отчетного периода.

Расходы – уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода путем уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества, распределением между учредителями (участниками) [2].

Издержки представляют собой выраженные в денежной форме затраты, обусловленные расходом разных видов экономических ресурсов (сырья, материалов, труда, основных средств, услуг, финансовых ресурсов) в процессе производства и обращения продукции (товаров, работ, услуг).

Указанные определения позволяют сделать вывод, что расходы – это более широкое понятие, чем затраты и издержки, которые в свою очередь являются частью расходов отчетного периода. Разграничение терминов «расходы» и «затраты» базируется на том, что осуществление затрат не уменьшает собственный капитал организации и произведенные затраты не уменьшают ее финансовый результат за отчетный период [3, с. 479].

Затраты Ч. Т. Хорнгрен и Дж. Фостер рассматривают обособленно по видам деятельности, полагая, что для целей управления нужна информация о затратах на что-либо. По их мнению, «объектом учета затрат в этом случае выступает деятельность, для которой производится сбор и измерение данных об издержках» [1].

Расходы (как и доходы) в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации подразделяются следующим образом:

- расходы по текущей деятельности;
- расходы по инвестиционной деятельности;
- расходы по финансовой деятельности;
- иные расходы [4].

В соответствии с пунктами 7 и 8 Инструкции № 102 *расходы по текущей деятельности* представляют собой часть затрат организации, относящуюся к полученным в отчетном периоде доходам по текущей деятельности, и включают в себя:

- себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг;
- управленческие расходы;
- расходы на реализацию;
- прочие расходы по текущей деятельности.

Таким образом, в расходах по текущей деятельности аккумулированы четыре группы неоднородных по составу затрат, которые определяются, прежде всего, видом деятельности, осуществляемой организацией:

- профессиональный участник рынка ценных бумаг;
- промышленная и иная производственная деятельность;
- торговая и торгово-производственная деятельность (далее – торговая деятельность).

В течение отчетного периода организация, осуществляющая торговую деятельность, для обеспечения нормального функционирования потребляет материальные, финансовые, трудовые и иные ресурсы. Их стоимость, в зависимости от возможности получения в будущем экономической выгоды, может быть отнесена на себестоимость долгосрочных или краткосрочных активов организации или включена в расходы отчетного периода.

Издержки обращения традиционно являлись одним из основных финансово-экономических показателей торговых организаций и рассматривались в качестве затрат по обслуживанию процесса обращения товаров, начиная с их приобретения, хранения и до реализации покупателям с учетом расходов по обслуживанию и организации деятельности хозяйствующего субъекта [3, с. 479]. Развернутое определение издержек обращения содержится в Методических указаниях по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания, утвержденных приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 20 сентября 2002 № 86 (далее – Методические указания № 86). Согласно указанному отраслевому документу *издержки обращения* - это «выраженные в денежной форме затраты общественного труда на транспортировку товаров, оплату труда, содержание зданий, помещений, инвентаря, амортизацию основных средств и МБП, материальных активов, хранение товаров, пользование кредитом, имущественное страхование, на учет движения товаров и другие расходы, возникающие в сфере обращения» [5].

В качестве самостоятельного учетного объекта издержки обращения выделялись (до 2004 г.) не только в специальной литературе, но и в нормативных документах, регламентирующих ведение бухгалтерского учета. В условиях совершенствования белорусского законодательства в направлении сближения с Международными стандартами финансовой отчетности характерный для торговли термин «издержки обращения» стали заменять общеметодологическим понятием – «расходы на реализацию». С 2004 г. информация о расходах, связанных с реализацией продукции, товаров, работ и услуг вне зависимости от вида деятельности организации обобщалась на одном синтетическом счете 44 «Расходы на реализацию», к которому были предусмотрены субсчета:

- 44.1 «Коммерческие расходы»;
- 44.2 «Издержки обращения».

С 2012 г. в соответствии с пунктом 35 Инструкции № 50 для отражения любой коммерческой организацией расходов, связанных с реализацией продукции, товаров, работ, услуг предусмотрен счет 44 «Расходы на реализацию». В организациях, осуществляющих торговую деятельность, на счете 44 «Расходы на реализацию» отражаются расходы, связанные с реализацией товаров, расходы на транспортировку товаров, оплату труда, содержание зданий, сооружений, инвентаря, хранение, подработку и упаковку товаров, рекламу, другие аналогичные по назначению расходы.

Издержки обращения неоднородны по своему составу и в зависимости от выбранных признаков они могут быть различным образом классифицированы. По выполняемым функциям издержки обращения можно разделить следующим образом:

- *затраты, связанные с приобретением товаров* (расходы по транспортировке, страховке и другие расходы, связанные с доставкой), которые принято считать дополнительными издержками обращения;
- *затраты на хранение и реализацию товаров* (расходы по подготовке товаров к реализации, рекламе, содержанию материально-технической базы торговли, оплата труда торгово-

оперативных работников, иные расходы общехозяйственного назначения), которые составляют чистые издержки обращения;

- *затраты по управлению и функционированию торговой организации* (затраты по ведению бухгалтерского учета, аренде административных зданий, содержанию управленческого персонала и т. п.), т. е. административные расходы.

Торговые организации фактические затраты, непосредственно связанные с приобретением товаров (на транспортировку, страхование, погрузку-разгрузку, таможенные пошлины и др.), могут признавать в стоимости этих товаров. Тогда в бухгалтерском учете затраты по приобретению товаров (в том числе транспортные расходы) отражаются по дебету счета 41 «Товары» и в дальнейшем не подлежат распределению между реализованными и нереализованными товарами. Данный подход не противоречит действующему законодательству и соответствует положениям международных стандартов финансовой отчетности (IAS 2 «Запасы») по формированию фактической себестоимости запасов, к которым относятся и приобретаемые для последующей реализации товары. Применяемый порядок бухгалтерского учета затрат, связанных с приобретением товаров, закрепляется в учетной политике организации.

Затраты по хранению и реализации товаров в совокупности составляют современное содержание расходов на реализацию, определенное Инструкцией № 102. Они представляют собой условно-переменные расходы и учитываются при формировании финансового результата по текущей деятельности.

Расходы, связанные с управлением торговой организацией, не включаются в состав расходов, непосредственно связанных с реализацией товаров, хотя и учитываются на одноименном счете 44 «Расходы на реализацию». Они являются условно-постоянными и не распределяются, т. е. являются прямыми.

В состав издержек обращения не включаются расходы и потери, не связанные с реализацией товаров и вызванные перераспределением средств между субъектами хозяйствования. Для отражения в бухгалтерском учете таких расходов предусмотрен субсчет 90-8 «Прочие расходы по текущей деятельности» [1].

Таким образом, издержки обращения в современном понимании включают два основных элемента: расходы на реализацию и управленческие расходы, для учета каждого из которых к счету 44 «Расходы на реализацию» можно предусмотреть отдельные субсчета первого или второго порядка (если в качестве субсчета первого порядка выделить «Издержки обращения»). Типовым планом счетов бухгалтерского учета субсчета к счету 44 «Расходы на реализацию» не предусмотрены.

Организация бухгалтерского учета с детализацией по этим субсчетам позволит без дополнительной выборки сформировать необходимую информацию об издержках обращения, подлежащих последующему списанию в следующем порядке:

- по расходам на реализацию, относящимся к реализованным товарам, – в дебет счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности (субсчет 90-6 «Расходы на реализацию»);
- по управленческим расходам – в дебет счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности (субсчет 90-5 «Управленческие расходы»).

Списанные издержки обращения отчетного периода подлежат отражению в Отчете о прибылях и убытках: суммы управленческих расходов на содержание организации, осуществляющей торговую деятельность, по строке 040 «Управленческие расходы», а относящиеся к реализованным товарам расходы на реализации – по строке 050 «Расходы на реализацию».

Аналитический учет издержек обращения может быть организован по экономическим элементам и (или) статьям затрат. Ведение аналитического учета расходов в торговой организации должно обеспечить получение данных об их наличии и движении, необходимых для управления ими и составления бухгалтерской и статистической отчетности.

Под экономическим элементом затрат понимается экономически однородный вид ресурсов, используемых для производства и реализации товаров (продукции, работ, услуг). Принято выделять следующие экономические элементы:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация долгосрочных активов;
- прочие затраты.

Например, применительно к торговым организациям такой элемент издержек обращения, как «Затраты на оплату труда», включает затраты независимо от функций по управлению или реализации товаров. Поэтому элементы затрат в качестве аналитических объектов должны быть предусмотрены и к субсчету «Расходы на реализацию», и к субсчету «Управленческие расходы».

Группировка издержек обращения по элементам затрат позволяет определять и анализировать структуру затрат предприятия. В зависимости от удельного веса определенного элемента затрат в общей их сумме можно сделать вывод о материалоемкости, трудоемкости и фондоемкости деятельности организации. Как правило, торговые организации являются трудоемкими по преобладанию затрат на оплату труда.

Для целей управления, принятия оперативных решений и проведения детального анализа издержек обращения необходимо располагать учетной информацией по статьям затрат. Под статьями затрат понимается их совокупность, сгруппированная по однородности целевого направления. Классификация издержек обращения по элементам затрат положена в основу организации их аналитического учета.

Следует отметить, что в настоящее время нет утвержденной на законодательном уровне типовой номенклатуры издержек обращения торговой организации. Перечень и подробное содержание статей издержек обращения приведены в Методических рекомендациях № 86, которые являются действующим, но не нормативным документом. Данная номенклатура издержек обращения не претерпевала никаких изменений с момента утверждения (2002 г.) и требует обязательного пересмотра. Например, проценты по кредитам и займам, полученным на приобретение товаров, с 2012 г. не относятся к затратам по текущей деятельности и отражаются по дебету счета 91 «Прочие доходы и расходы».

Методические рекомендации № 86 можно применять для разработки и закрепления порядка бухгалтерского учета издержек обращения торговых организаций, но лишь с поправкой на действующее законодательство.

Аналитический учет издержек обращения с детализацией по всем рассмотренным элементам может быть организован следующим образом (см. таблицу).

Организация аналитического учета издержек обращения

Субсчет первого порядка	Субсчет второго порядка	Аналитический счет первого порядка	Аналитический счет второго порядка
Издержки обращения	Расходы на реализацию товаров	Элементы затрат	Статьи затрат
	Управленческие расходы	Элементы затрат	Статьи затрат

Таким образом, издержки обращения представляют собой совокупность затрат торговых организаций, непосредственно связанных с осуществлением процесса реализации товаров и выполнением функций управления. Издержки обращения могут быть выделены в самостоятельный объект бухгалтерского учета, включающий расходы на реализацию (условно-переменный элемент) и управленческие расходы (условно-постоянный элемент). При определении состава издержек обращения и организации их синтетического и аналитического учета следует учитывать требования современного законодательства в области ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности.

Список использованной литературы

1. **Бухгалтерский** учет, анализ и аудит : учеб. пособие / П. Г. Пономаренко [и др.] ; под общ. ред. П. Г. Пономаренко. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк, 2007. – 527 с.
2. **О бухгалтерском** учете и отчетности : Закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
3. **Бухгалтерский** учет в торговле и общественном питании : практ. пособие / Л. И. Кравченко [и др.] ; под ред. Л. И. Кравченко. – 5-е изд., перераб. и доп. – Минск : ФУАинформ, 2010. – 728 с.
4. **Об утверждении** Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от

30 сент. 2011 г. № 102 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

5. **Об утверждении** Методических указаний по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания : приказ М-ва торговли Респ. Беларусь от 20 сент. 2002 г. № 86 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

УДК 336.67

Е. В. Фуйор (elenafuior@rambler.ru),
канд. экон. наук, профессор

Т. П. Сандуца (santatyana@yandex.ru),
канд. экон. наук

Кооперативно-торговый университет
Молдовы
г. Кишинев, Республика Молдова

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАКТОРОВ И РИСКОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современных условиях для экономики Молдовы характерна финансовая нестабильность, непоследовательность налоговой, кредитно-валютной, таможенной, инвестиционной политики, недостаточность бюджетного финансирования, инфляция, неопределенность в поведении покупателей, поставщиков, конкурентов. Одним из основных препятствий на пути к стабильному экономическому росту является замедление процесса преобразований на уровне предприятий. Это вызвано неэффективностью системы управления, отсутствием достоверной информации о финансовой устойчивости, которая является важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности.

In modern conditions, Moldova's economy is characterized by financial instability, inconsistency of tax, credit, currency, customs, investment policy, insufficient budget financing, inflation, uncertainty in the behavior of buyers, suppliers, competitors. One of the main obstacles to sustainable economic growth is the slowdown in the process of transformation at the enterprise level. This is due to the ineffectiveness of the management system, the lack of reliable information on financial sustainability, which is an important characteristic of financial and economic activity.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; эффект финансового рычага; ликвидность; платежеспособность; финансовые риски; мониторинг.

Key words: financial stability; the effect of financial leverage; liquidity; solvency; financial risks; monitoring.

В настоящее время с учетом того, что предпринимательские структуры функционируют в условиях быстроизменяющейся макроэкономической ситуации, наиболее актуальными становятся вопросы обеспечения финансовой стабильности и пути улучшения результатов деятельности, в результате чего, при прогнозировании финансового состояния, появляется необходимость учета макроэкономических факторов. Финансовая устойчивость, как фактор обеспечения стабильности деятельности, являясь одной из ключевых характеристик финансового состояния экономического агента, представляет собой показатель, отражающий степень безопасности вложения средств. Финансово устойчивое положение позволяет предприятию привлекать дополнительные кредиты и инвестиции, выбирать поставщиков [1].

Оценка финансовой устойчивости предприятия предусматривает изучение ключевых параметров и коэффициентов, дающих объективную картину его финансового состояния. Она осуществляется на основании данных финансовой отчетности посредством расчета системы коэффициентов, а именно: ликвидности, деловой активности, эффективности использования ресурсов, рентабельности, структуры капитала, рыночной активности, эффекта финансового рычага, операционного рычага, порога рентабельности и запаса финансовой прочности.

Факторы, влияющие на финансовую устойчивость предприятия, можно разделить на внешние и внутренние. Внутренние напрямую зависят от организации работы самого предприятия, в то время как внешние почти или совсем не подвластны воле предприятия. Основные факторы внешней среды могут быть разделены на четыре крупные группы: политические и правовые, экономические, технологические, социальные и культурные. Противоречие между внутренними и внешними факторами состоит в том, что предприятию необходимо сохранение ликвидности и платежеспособности (как внешнего фактора для поставщиков, банков) и рента-

бельности для покрытия внутренних потребностей (прирост собственного капитала, дивиденды). В системе внешних факторов должен преобладать заряд положительного воздействия для сохранения финансовой устойчивости предприятий, так как это залог устойчивости всей экономической политики государства [2].

Особое значение для обеспечения финансовой устойчивости предприятия имеют уровень, динамика и колебания платежеспособного спроса на его продукцию (услуги), ибо именно спрос предопределяет стабильность получения выручки. В свою очередь, платежеспособный спрос зависит от состояния экономики, уровня дохода потребителей и цены. Падение платежеспособного спроса приводит не только к росту неплатежей, но и к острой конкурентной борьбе, что также является немаловажным внешним фактором финансовой устойчивости предприятия. Существенно влияет на финансовую устойчивость и фаза экономического цикла страны и предприятия. В период кризиса происходит отставание темпов реализации продукции от темпов ее производства. Уменьшаются инвестиции в товарные запасы, что еще больше сокращает сбыт. В целом снижаются и доходы предприятия, относительно и абсолютно сокращается размер прибыли. Все это ведет к снижению ликвидности предприятий, их платежеспособности. Ключевыми факторами, определяющими эффективность деятельности предприятий, являются политика в области конкуренции, уровень жизни населения, степень развития финансового рынка, налоговая и кредитная политика, страховой рынок, внешнеэкономические связи и др.

Экономическая и финансовая стабильность любых предприятий зависит от общей политической стабильности. Значение этого фактора особенно велико для экономических агентов. Отношение государства к деятельности предприятий, принципы государственного регулирования экономики (запретительный или стимулирующий характер), отношения собственности, принципы земельной реформы, меры по защите потребителей и предпринимателей не могут не учитываться при оценке финансовой устойчивости. Также одним из наиболее масштабных неблагоприятных внешних факторов, дестабилизирующих финансовое положение предприятий, является на сегодняшний день инфляция.

На финансовую устойчивость организации влияют следующие основные внутренние факторы:

- отраслевая принадлежность организации;
- состав и структура выпускаемой продукции (услуг), ее доля в спросе;
- размер уставного капитала предприятия;
- величина и структура расходов производства, их динамика по сравнению с денежными доходами предприятия;
- состояние имущества и финансовых средств, включая запасы и резервы, их структура и состав.

Таким образом, степень совокупного влияния факторов на финансовую устойчивость предприятия зависит не только от их соотношения, но и от стадии жизненного цикла, на которой в настоящее время находится организация, от компетенции и профессионализма ее менеджеров. Практика показывает, что значительное количество неудач организации может быть связано именно с неопытностью и (или) некомпетентностью менеджеров, с их неспособностью брать во внимание изменения внутренней и внешней среды [3].

Успех или неудача в работе предприятия во многом зависят от выбора структуры и состава выпускаемой продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг. При этом немаловажно не только предварительно определиться, что выпускать, но и безошибочно решить, как производить. От ответа на эти вопросы зависят основные затраты производства. Для обеспечения устойчивости предприятия важна не только суммарная величина затрат.

Еще одним существенным фактором финансовой устойчивости предприятия, тесно связанным с типами производимой продукции (оказываемых услуг) и технологией производства, являются оптимальный состав и структура средств, а также правильное определение стратегии управления ими. Устойчивость организации и потенциальная результативность во многом зависят от качества управления текущими активами предприятия, от того, какие и сколько задействовано оборотных средств, каков размер запасов и активов в денежной форме и т. п. Также следует помнить, что если организация снижает размеры запасов и ликвидных средств, то она может направить больше капитала в производство и, таким образом, получить больше прибыли.

Но одновременно с этим возрастает риск неплатежеспособности организации и остановки производства из-за недостатка запасов. Мастерство управления текущими активами предприятия состоит в том, чтобы хранить на счетах организации лишь минимально необходимую

сумму денежных средств, которая необходима для текущей производственной деятельности предприятия.

Следующим существенным фактором финансовой устойчивости предприятия являются состав и структура финансовых средств, правильный выбор стратегии и тактики управления ими. Чем больше у организации собственных финансовых средств, прежде всего, прибыли, тем спокойнее она может себя чувствовать на рынке. При этом немаловажна не только общая сумма прибыли, но и структура ее распределения, и собственно доля, направляемая на развитие производства. Поэтому оценка политики распределения и использования прибыли выступает на первый план при анализе финансовой устойчивости организации.

В частности, исключительно важно провести анализ использования прибыли по двум направлениям:

- во-первых, для финансирования текущей деятельности – на формирование оборотных активов, усиление ликвидности, укрепление платежеспособности и т. п.;

- во-вторых, для инвестирования в капитальные затраты, ценные бумаги и т. д.

Существенное влияние на финансовую устойчивость организации оказывают финансовые средства, дополнительно мобилизуемые на рынке ссудных капиталов. Чем больше финансовых ресурсов может привлечь организация, тем выше ее финансовые возможности; однако при этом возрастает и финансовый риск того, способна ли будет организация своевременно расплачиваться по своим кредитам. В этом случае важную роль призваны играть резервы, как один из способов финансовой гарантии платежеспособности предприятия [4, с. 102].

Залогом выживаемости и основой стабильного положения предприятия служит его устойчивость. Различают следующие виды устойчивости: общая, ценовая, финансовая и т. п.

Финансовая устойчивость, являясь компонентом общей устойчивости предприятия, отражает состояние его финансовых ресурсов, их перераспределение и использование, когда обеспечивается развитие предприятия на основе собственной прибыли и рост капитала при сохранении его платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня финансового риска.

Таким образом, задача финансового менеджера заключается в том, чтобы привести в соответствие различные параметры финансовой устойчивости предприятия и общий уровень риска. Целью управления финансовым риском является снижение потерь, связанных с данным риском до минимума. Потери могут быть оценены в денежном выражении, оцениваются также шаги по их предотвращению. Финансовый менеджер должен спланировать, как лучше заключить сделку с позиции минимизации риска.

Экономическая защита заключается в прогнозировании уровня дополнительных затрат, оценке тяжести возможного ущерба, использовании всего финансового механизма для ликвидации угрозы риска или его последствий.

Кроме того, финансовая устойчивость зависит и от методов управления риском, среди которых выделяются упразднение, предотвращение потерь и контроль, страхование, поглощение [5]:

1. Упразднение представляется как отказ от совершения рискового мероприятия. Однако упразднение риска в предпринимательстве обычно уменьшает и прибыль.

2. Предотвращение потерь и контроль означает набор превентивных и последующих действий, направленных на предотвращение негативных последствий и оценку размера, если они уже имели место или неизбежны.

3. Сущность страхования состоит в том, что инвестор готов отказаться от части доходов, лишь бы избежать риска, т. е. оплатить снижение риска до нуля.

4. Поглощение состоит в признании ущерба и отказе от его страхования, используется тогда, когда сумма предполагаемого ущерба незначительно мала и ей можно пренебречь.

Основными этапами процесса управления финансовыми рисками предприятия являются:

1. Формирование эффективной информационной базы управления финансовыми рисками предприятия. В процессе оценки качества проверяется ее полнота, для оценки уровня различных рисков – возможность построения динамических рядов (инфляционного, валютного, процентного и т. д.), а для статических рисков – возможность разработки группировок (кредитного, криминогенного и т. д.), также осуществляется сопоставимая оценка сумм финансовых потерь в едином уровне цен, надежность источников информации и др. Следует иметь в виду, что недостаточная или некачественная информационная база усиливает субъективизм последующей оценки уровня рисков.

2. Идентификация финансовых рисков, осуществляемая по приведенным ниже стадиям:

- выявляются внешние и внутренние факторы риска, связанные с финансовой деятельностью предприятия в целом;
- по каждому направлению финансовой деятельности определяются внешние или систематические виды финансовых рисков; в связи со спецификой деятельности отдельные виды рисков из перечня исключаются;
- определяется перечень внутренних финансовых рисков, присущих отдельным видам деятельности или намечаемых финансовых операций предприятия (риск неплатежеспособности, кредитный риск и т. д.);
- формируется общий портфель финансовых рисков, связанных с предстоящей финансовой деятельностью предприятия (включающий систематические и несистематические финансовые риски);
- на основе портфеля финансовых рисков определяются сферы наиболее рискованных видов финансовой деятельности предприятия по критерию широты генерируемых ими рисков.

3. Оценка уровня финансовых рисков. В системе риск-менеджмента этот этап представляется наиболее сложным, требующим использования современного методического инструментария, высокого уровня программной оснащенности, а также привлечения в необходимых случаях квалифицированных экспертов.

На первой стадии данного этапа определяется вероятность возможного наступления рискового события по каждому виду идентифицированных финансовых рисков. На этой же стадии формируется группа финансовых рисков предприятия, вероятность реализации которых определить невозможно. На второй стадии определяется размер возможного финансового ущерба при наступлении рискового события. Методика оценки размера возможного финансового ущерба при наступлении рискового события должна учитывать как прямые, так и косвенные убытки предприятия (в форме упущенной выгоды, возможного предъявления претензий со стороны контрагентов и третьих лиц). На третьей стадии с учетом вероятности наступления рискового события и связанного с ним финансового ущерба (ожидаемых финансовых потерь) определяется общий исходный уровень финансового риска по отдельным финансовым операциям или отдельным видам финансовой деятельности.

4. Оценка возможностей снижения исходного уровня финансовых рисков. Эта оценка осуществляется по трем стадиям. На первой стадии определяется уровень управляемости рассматриваемых финансовых рисков. Этот уровень характеризуется конкретными факторами, генерирующими отдельные виды финансовых рисков (их принадлежности к группе внешних и внутренних факторов), наличием соответствующих механизмов возможного внутреннего их страхования, возможностями распределения этих рисков между партнерами по финансовым операциям и т. п. На второй стадии изучается возможность передачи рассматриваемых рисков страховым компаниям. В этих целях определяется, имеются ли на страховом рынке соответствующие виды страховых продуктов, оценивается стоимость и другие условия предоставления страховых услуг. На третьей стадии оцениваются внутренние финансовые возможности предприятия по обеспечению снижения исходного уровня отдельных финансовых рисков – созданию соответствующих резервных денежных фондов, оплате посреднических услуг при хеджировании рисков, оплате услуг страховых компаний и т. п.

5. Установление системы критериев принятия рискованных решений. Формирование системы таких критериев базируется на финансовой философии предприятия и конкретизируется с учетом политики осуществления управления различными аспектами его финансовой деятельности (политики формирования финансовых ресурсов, политики формирования активов, политики реального и финансового инвестирования, политики управления денежными потоками).

6. Принятие рискованных решений. На основе оценки исходного уровня финансового риска, возможностей его снижения и установленных значений предельно допустимого их уровня процедура принятия рискованных решений сводится к двум альтернативам – принятию финансового риска или его избежанию.

7. Выбор и реализация методов нейтрализации возможных негативных последствий финансовых рисков. Процесс нейтрализации возможных негативных последствий финансовых рисков заключается в разработке и осуществлении конкретных мероприятий по уменьшению вероятности возникновения отдельных видов рисков и снижению размера связанных с ними ожидаемых финансовых потерь.

8. Мониторинг и контроль финансовых рисков. Мониторинг включает основные блоки: мониторинг факторов, генерирующих финансовые риски; мониторинг реализации мер по нейтрализации возможных негативных последствий финансовых рисков; мониторинг бюджета затрат, связанных с управлением финансовыми рисками; мониторинг результатов осуществления рискованных финансовых операций и видов финансовой деятельности.

При выборе конкретного средства разрешения финансового риска следует исходить из следующих принципов: нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал; нельзя рисковать многим ради малого; следует предугадывать последствия риска. Применение на практике этих принципов означает, что необходимо рассчитать максимально возможный убыток по данному виду риска, сопоставить его с объемом капитала предприятия, подвергаемого данному риску, а затем сопоставить весь возможный убыток с общим объемом собственных финансовых ресурсов.

Исходя из всего вышесказанного, можно отметить, что важным условием существования организации является не только проведение анализа финансовой устойчивости, но и умение анализировать факторы, которые влияют на саму финансовую устойчивость предприятий.

Также следует сказать, что в процессе принятия решений имеет большое значение использование методов управления финансовыми рисками.

Список использованной литературы

1. **Гараева, О. Р.** Финансовая устойчивость компании и пути ее укрепления / О. Р. Гараева // Проблемы современной науки и образования. – 2015. – № 7. – С. 95–96.
2. **Барри, М. М.** Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации / М. М. Барри // Мир науки. – 2015. – № 2. – С. 1–8.
3. **Bidzhoyan, D. S.** Modelling the financial stability of an enterprise taking into account macroeconomic indicators / D. S. Bidzhoyan, T. K. Bogdanova // Business Informatics. – 2016. – No. 3(37). – P. 30–37.
4. **Балабанов, И. Т.** Финансовый менеджмент : учеб. / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2002.
5. **Моделирование** рискованных ситуаций в экономике и бизнесе : учеб. пособие / А. М. Дубров [и др.] ; под ред. Б. А. Лагоши. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2006.

УДК 330.341.2

Ф. Р. Шаропов (farkhod79@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Таджикский государственный
университет коммерции
г. Душанбе, Республика Таджикистан

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

В статье рассматриваются методологические основы анализа социально-экономической эффективности предприятий сферы услуг. Обоснованы различные подходы к определению экономической и социальной эффективности функционирования сферы услуг.

The article considers methodological foundations of analysis of socio-economic efficiency of the enterprises of sphere of services. The author proves various approaches to economic and social efficiency of services.

Ключевые слова: сфера услуг; эффективность; экономическая эффективность; социальная эффективность; методика оценки эффективности.

Key words: services; efficiency; economic efficiency; social efficiency; methods of evaluating effectiveness.

Становление и эффективное функционирование рыночной экономики, отдельных отраслей, секторов и предприятий сферы услуг представляют собой комплексную, многоаспектную и актуальную проблему современной теории, методологии и хозяйственной практики.

Успешное развитие рыночных отношений предполагает анализ и совершенствование научно-методологических и методических основ социально-экономической эффективности и ка-

чества услуг предприятий сферы услуг. В условиях, когда предприятия получили права самостоятельно в управлении хозяйственной деятельностью распоряжаться ресурсами и результатами труда, естественно, они одновременно несут полную экономическую ответственность за свои решения и действия. Коммерческий успех зависит от результатов социально-экономической эффективности их деятельности.

Основополагающие основы теории развития экономики и тесно взаимодействующей с ней эффективности как конечного мерила оценки деятельности предприятий, организаций, отраслей, всей экономики исследовались многими учеными в разные годы.

Проблемы социально-экономической эффективности сферы услуг и повышения ее качества нашли отражение в научных исследованиях Ф. Котлера, В. Кларка и других исследователей. Однако по-прежнему отсутствует единое мнение относительно социально-экономической сущности эффективности, ее критериев и показателей оценки, методических основ анализа эффективности услуг.

В специальной литературе о сущности и содержании социально-экономической эффективности сферы услуг имеются совершенно различные высказывания. Экономическая эффективность услуги, как известно, зависит от соотношения результатов деятельности (эффекта) и затрат или применяемых экономических ресурсов.

Так, один из известных специалистов в области исследования проблем современного рынка и маркетинга Филипп Котлер писал: «Экономическая эффективность – это получение максимума возможных благ от имеющихся ресурсов. Для этого нужно постоянно соотносить выгоды (блага) и затраты или вести себя рационально. Рациональное поведение заключается в том, что производитель и потребитель благ стремятся к наивысшей эффективности и для этого максимизируют выгоды и минимизируют затраты» [1].

Необходимо отметить, что большинство показателей оценки эффективности деятельности сферы услуг построено на основе ресурсного подхода, что приводит к ограниченности результатов оценки в части эффективности затрат предприятия. В настоящее время не выработано единого подхода к определению эффективности, характеристике ее видов в зависимости от различных признаков, классификации показателей эффективности. Несмотря на проведенные исследования, в области определения эффективности отсутствует обобщенная система показателей оценки эффективности.

На наш взгляд, основной целью оценки эффективности деятельности предприятий сферы услуг является разработка заключения о конкурентоспособности и возможности их дальнейшего развития на основе комплексного анализа, проводимого посредством системы показателей, отражающих состояние и развитие субъекта оценки.

Экономическая эффективность, рассматриваемая в контексте теоретико-методологических основ развития сферы услуг, означает получение экономического результата (эффекта) от осуществления любой экономической деятельности, связанной с оказанием услуг клиентам, но главное – это соотношение эффекта и величины текущих затрат за определенный период времени.

С экономических позиций эффективность как категория характеризует результаты хозяйственной деятельности в виде прибыли с расходуемыми экономическими ресурсами: трудовыми, материальными и финансовыми (основными и оборотными) [2].

Экономическая эффективность сферы услуг является составным элементом эффективности общественного производства и выражается определяющим критерием и системой показателей.

Методические подходы для определения экономической и социальной эффективности услуг рассмотрены многими учеными-экономистами. Так, профессор Г. Аванесова выделяет [3]:

- Затратно-ресурсный подход (экономическая эффективность).
- Целеориентированный подход (результативная эффективность). В данном случае, экономическая эффективность оценивается с точки зрения достижения целей, которыми могут быть выживание в условиях конкурентной борьбы, лидерство в борьбе с конкурентами, рост экономического потенциала и объема реализации, максимизация прибыли и снижения уровня текущих затрат, особенно нерациональных их видов.
- Комплексный подход в проведении экономического анализа показателей хозяйственной деятельности, на базе которых целесообразно оценить достигнутые результаты в работе предприятий и выявить факторы, приведшие к их изменению, неиспользованных возможностей и резервов повышения эффективности производства услуг.

- Подход, ориентированный на повышение эффективности всей системы управления услугами. В рамках данного подхода выделены следующие показатели эффективности: объем платных услуг, оказанных клиентам за определенный отрезок времени; сумма прибыли и рентабельность; реализация инвестиционных проектов с указанием суммы инвестиций; наличие надежных партнеров; наличие клиентской базы (группы постоянных потребителей); участие в общественных и государственных программах; репутация и имидж фирм; текучесть кадров; число судебных разбирательств с клиентами.

Эффективность услуг можно рассматривать с помощью системы показателей: экономических; организационных; социально-групповых; индивидуально-психологических и др.

Исследуя существующие в литературе различные методические подходы к проблеме оценки экономической и социальной эффективности сферы услуг, автор считает целесообразным их объединение в четыре основные группы в зависимости от экономических признаков:

- повышение эффективности услуг на основе рационального использования экономических ресурсов (максимум эффекта и минимум текущих затрат) и наиболее полного удовлетворения потребностей клиентов в качественных услугах;
- рост коэффициента эффективности сферы услуг путем сопоставления достигнутых результатов с затратами различных ресурсов в стоимостном выражении;
- эффективность услуг с точки зрения достижения целей и задач субъектов сферы услуг;
- подход по повышению уровня благосостояния населения посредством оказания услуг, уровня потребностей клиентов в платных и неплатных видах услугах.

В рамках первого подхода ученые считают, что сущность повышения эффективности сферы услуг состоит в том, чтобы при относительно меньших затратах общественного труда и рациональном использовании имеющихся ресурсов обеспечить наиболее полное удовлетворение потребностей населения при высоком качестве услуг и культуры обслуживания [4].

На наш взгляд, эффективность оказания клиентам услуг определяется достижением в их интересах максимальной пользы при экономном расходовании текущих затрат или примененных экономических ресурсов. Но при этом не всегда корректной будет оценка эффективности услуг только с учетом роста оказываемых услуг и снижения уровня текущих затрат. При определении эффективности в данной ситуации важная роль принадлежит социальным последствиям стабильного развития сферы услуг. В связи с этим можно констатировать важность не только экономической, но и социальной эффективности услуг, определяемых предприятиями и организациями данной сферы национальной экономики на основе системы показателей хозяйственной деятельности.

Рассматривая теоретические и научно-методические основы анализа состояния сферы услуг в экономической науке, можно сказать, что большинство экономистов основное внимание уделяют таким аспектам анализа системы показателей эффективности:

- динамика изменения удельных затрат по оказанию услуг;
- финансирование услуг;
- изменение кредиторской и дебиторской задолженности;
- анализ тарифов и ценообразования на услуги;
- доля денежных платежей населения по услугам в общей сумме реальных доходов населения.

Второй подход к оценке эффективности сферы услуг характеризуется соотношением между достигнутыми результатами и затратами различных ресурсов, которыми располагает организация (затратно-ресурсный подход). Такой прием к оценке эффективности услуг опирается на подход ученых-классиков экономической мысли к проблеме эффективности производства. Он охватывает проблему «затраты – выпуск», раскрывающую связь между количеством единиц редких ресурсов, которые расходуются в процессе производства, и результат этого выражается таким образом: чем большее количество продуктов производится в единицу времени и меньше затраты на их производство, тем выше будет эффективность экономики.

Экономика всегда имеет дело с рациональным использованием ограниченных экономических ресурсов, в результате которого достигается максимальное удовлетворение безграничных потребностей населения в товарах и услугах.

Но оценки затрат ресурсов, в частности трудовых, осложняются из-за широкого распространения частичной занятости, мелкого бизнеса, в том числе семейного и т. д. Также сложен учет нематериальных видов продукции и особенно ее качественной оценки. В ряде отраслей

сферы услуг трудно не только измерить объем производства и реализации услуг, но и то же самое можно говорить об экономической эффективности.

Третий подход рассматривает эффективность услуги посредством учета уровня удовлетворенности спроса клиентов на услуги. Каждый из субъектов рынка предъявляет свои требования к эффективности различных видов услуг. С одной стороны, потребитель к основному показателю эффективности потребляемых услуг относит их качество. С другой стороны, производители к методике измерения и оценки эффективности относят технико-экономические показатели, т. е. трансформированное качество на основе исходящих от потребителей социально-экономических запросов.

Следовательно, управление эффективностью услуг заключается в согласовании взаимовыгодных интересов представленных сторон, достижении между ними оптимального соотношения.

Четвертый подход предусматривает повышение уровня благосостояния населения посредством роста величины платных услуг и уровня удовлетворения спроса клиентов на услуги. Перечень подобных целей обычно сводится к следующему:

- стремление к росту уровня повышения благосостояния населения на базе роста объема услуг, расширения их ассортимента и качества;
- повышение уровня удовлетворения спроса клиентов на услуги;
- развитие рыночной конкуренции в сфере услуг и обеспечение передовых и лидерских позиций;
- оказание населению качественных услуг, доступные тарифы по услуги;
- максимизация объема услуг, прибыли и других финансовых результатов.

Считаем, что очень сложно оценить эффективность отдельных видов услуг в условиях их многообразия. Показатели, являющиеся целевыми для одного вида услуг, могут совершенно не отражать содержание эффективности других. В целях использования приемлемой научной методики оценки эффективности услуг необходимо классифицировать их по целевому показателю.

Также следует отметить, что существующие методические подходы к оценке эффективности предоставления услуг носят дискуссионный характер, не подкреплены научно обоснованной базой, что, в свою очередь, требует дополнительных поисков и исследования с учетом конкретных отраслей сферы услуг.

В последние годы сформировались новые подходы, критерии и акценты в понимании эффективности работы предприятия. Становится очевидным, что недостаточно различать эффективность достижения целей и ресурсно-затратную эффективность. Необходимым является всесторонний анализ и синтез показателей деятельности предприятий, общих критериев эффективности как качественный метод исследования.

Ключевой момент в трактовке понятия и содержания эффективности услуг связан с вопросами о том, при помощи какой комбинации величины ресурсов в сложившихся условиях получен результат, что упущено, какие резервы не использованы; как повысить эффективность в будущем с учетом проделанного анализа.

В процессе анализа эффективности необходимо учитывать внутренние и внешние факторы, влияющие на хозяйственную деятельность предприятия. В данном случае, к внутренним факторам, влияющим на состояние экономики, относятся собственники предприятия, персонал, технология, ресурсы и др.

Внешние факторы определяются окружением предприятия, т. е. различными группами, причастными к его деятельности: экономическая политика государства или региона, банки и другие финансовые организации, партнеры, потребители, правовая база, налоговые органы и др. [5].

Цели и жизненные ценности у представителей указанных групп, как правило, различные, хотя все они сходятся в главном: устойчивое и прибыльное функционирование предприятия. В то же время каждая группа формирует свои конкретные ожидания от эффективной работы предприятия.

Такое рассмотрение проблемы эффективности складывается из многоуровневых и многоаспектных отношений, учитываемых и управляемых системой менеджмента предприятия.

В последние годы в мировой практике управления развитием экономики услуг появляются более широкие способы оценки результативности работы предприятий, нацеленные на кадровый состав и потребителей.

Важно иметь в виду, что многие виды услуг выполняются людьми, поэтому покупатель и человек, оказывающий услугу, вынуждены взаимодействовать. Полученный результат зависит от их общих действий, спроса и желания покупателя. Например, салон красоты, юридическая или консалтинговая фирмы предоставляют услуги, которые будут разными для каждого конкретного клиента.

С одной стороны, сказанное об этом позволяет утверждать, что даже если один и тот же человек оказывает услугу нескольким покупателям абсолютно одним и тем же способом, у разных покупателей может быть разное восприятие того, что они получили, следовательно, они будут испытывать различные чувства по поводу удовлетворения своей потребности. С другой стороны, человек, оказывая одну и ту же услугу, может варьировать свои действия при каждом отдельном ее исполнении. Важную роль в этом играют его профессиональные знания, физическое и психологическое состояние, которое не может быть одинаковым каждый день.

Следствием этого процесса является то, что некоторые виды услуг не поддаются попыткам стандартизации, так как невозможно стандартизировать конечный продукт, если каждый клиент отличается в своих желаниях как до предоставления услуги, так и во время ее предоставления. Во многих случаях порядок предоставления услуг определяет тот, кто эту услугу выполняет (например, консультант, агент по недвижимости или врач). Человек, оказывающий индивидуальные услуги, должен при этом ориентироваться, в первую очередь, на потребности и желания клиента.

Таким образом, рассмотрение эффективности управления развитием сферы услуг предполагает понимание сущности многоуровневых и многоаспектных отношений в системе «производитель услуг – потребитель услуг», которая кроме экономических показателей требует использования целого ряда дополнительных: организационных, социальных, индивидуально-психологических, отображающих многоаспектную деятельность сервисного предприятия.

Таким образом, в рамках третьего научно-методического подхода в проблеме оценки эффективности сферы услуг можно выделить социальную составляющую показателей эффективности услуг.

Под социальной эффективностью сферы услуг имеется в виду степень удовлетворения потребностей населения в услугах, их высокое качество. Однако этот показатель является лишь одним из показателей социальной эффективности сферы услуг, его отраслей, предприятий.

Однако нельзя не отметить тот факт, что показатели оценки повышения качества услуг и их социальной эффективности недостаточно полно изучены исследователями и практиками.

Для разработки методических подходов оценки эффективности предоставления услуг на разных уровнях сферы услуг, особенно на низовом уровне – предприятиях, следует исходить из существующих общепризнанных систем, повышающих качество услуг или товаров для потребителя. Одной из таких систем является международная Система менеджмента качества ИСО. Предлагается взять за основу данную систему, как апробированную на предприятиях различных сфер деятельности в мировой практике. Поэтому разработана модель системы менеджмента качества предприятий сферы услуг, деятельность которых регулируется на региональном уровне, с ориентацией на удовлетворенность клиентов, процесс постоянного улучшения системы менеджмента качества, процесс жизненного цикла услуги, вовлекающая в систему качества руководство, управление ресурсами и использующая традиционные функции менеджмента.

В целом, постоянное стремление к повышению социально-экономической эффективности работы предприятий сферы услуг позволит обеспечить рост основных показателей: валового внутреннего продукта, налоговых поступлений в бюджет, средней заработной платы на одного работника, прибыли, качество услуг отдельных секторов данной сферы экономики.

Список использованной литературы

1. **Котлер, Ф.** Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2001. – 856 с.
2. **Экономико-математический** энциклопедический словарь / гл. ред. В. И. Данилов-Данильян. – М. : Большая российская энциклопедия ; ИНФРА-М, 2003. – 688 с.
3. **Аванесова, Г. А.** Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособие для вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 318 с.

4. **Татуев, А. А.** Вопросы функционирования и развития сферы услуг / З. А. Мустафаева, А. А. Татуев / М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Кабард.-Балк. гос. ун-т. – Нальчик : Кабард.-Балк. гос. ун-т, 2004. – 190 с.

5. **Татуев, А. А.** Закономерности трансформаций и социально- экономического развития, региональной, экономики : моногр. / А. А. Татуев ; ИГИ КБНЦ РАН и Правительство Кабардино-Балкарии. – Нальчик, 2004. – 178 с.

УДК 339.17:339.137.22

Е. Е. Шишкова (shishkova@bteu.by),

канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

К ВОПРОСУ РАЗРАБОТКИ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В рыночных условиях при наличии конкуренции эффективность деятельности торговых организаций будет определяться двумя слагаемыми – степенью соответствия товаров и услуг спросу потребителей и правильным выбором стратегии, ориентированной на завоевание прочных позиций на рынке.

Потребность в разработке стратегии возникает в связи с динамизмом изменений экономических условий, в которых функционирует торговая организация, поэтому стратегия должна использоваться в качестве инструмента для адаптации к происходящим переменам окружающей среды.

В статье представлены основные этапы разработки эффективной стратегии деятельности торговых организаций в условиях конкуренции, результаты деятельности торговой отрасли потребительской кооперации за 2016 г. и пути ее развития.

In market conditions, in the presence of competition, the effectiveness of the activities of trade organizations will be determined by two components - the degree of conformity of goods and services to consumer demand and the correct choice of a strategy aimed at winning strong positions in the market.

The need to develop a strategy arises due to the dynamism of changes in the economic conditions in which the trade organization operates, so the strategy should be used as a tool for adapting to the ongoing changes in the environment.

The article presents the main stages in the development of an effective strategy for the activities of trade organizations in a competitive environment, the results of the trade industry of consumer cooperation for 2016, and the ways of its development.

Ключевые слова: конкуренция; торговая организация; эффективность; стратегия деятельности; результаты.

Key words: competition; trade organization; efficiency; strategy of activity; results.

В современных условиях на потребительском рынке действует большое число торговых организаций различных форм собственности, что неизбежно приводит к развитию конкуренции между ними.

Развитие конкуренции оказывает влияние и на деятельность торговых организаций потребительской кооперации.

Под влиянием конкуренции в ряде регионов республики, где потребительская кооперация ранее занимала практически монопольное положение, в настоящее время торговое обслуживание осуществляется сетевыми или коммерческими структурами. Кроме того, система потребительской кооперации обслуживает в основном сельское население, обладающее более низкой платежеспособностью, что также отражается на объеме товарооборота.

Развитие конкуренции, сокращение численности сельского населения и относительное уменьшение его покупательной способности обусловили снижение удельного веса розничного товарооборота потребительской кооперации в товарообороте республики. В 1991 г., например, он составлял 33,5%, в 1995 г. – 20,1%, в 2005 г. – сократился до 15,3%, в 2015 г. составил 8,4%, через все каналы реализации – 6,9%, в 2016 г. – 7,19% [1–4].

Вместе с тем, доля потребительской кооперации в регионах остается значительной. Так, по итогам 2016 г. доля Кормянского райпо в розничном товарообороте региона составляет 68,1%, Ушачского – 66,7, Дрибинского – 63,2, Кличевского – 59,84, Октябрьского – 58,3, Рос-сонского – 57,9, Краснопольского – 56,8, Брагинского – 56,8, Лоевского – 52,8, Сенненского – 52,35, Славгородского – 51,9, Любанского – 51,2, Бельничского – 51, Шкловского – 51, Хотим-ского – 50,1, Бешенковичского – 48,9% [5].

Как известно, интенсивность и состояние конкурентной борьбы в любой отрасли зависит, в основном, от взаимодействия пяти факторов (по М. Портеру), представленных на рисунке 1.

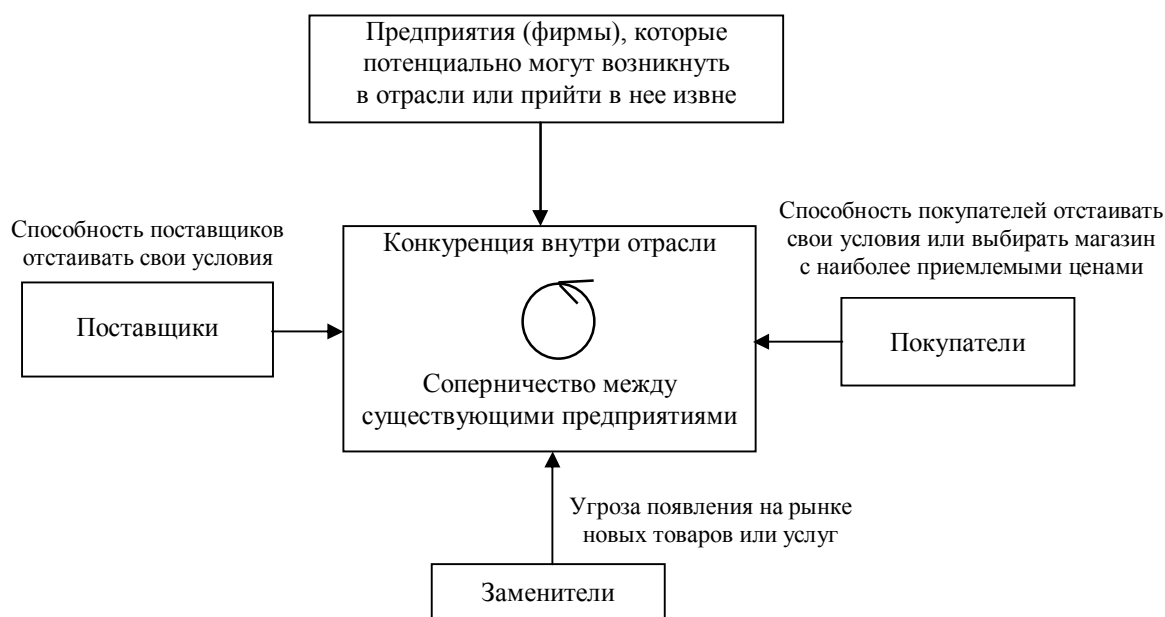


Рисунок 1 – Пять сил, определяющих конкурентоспособность в отрасли (по М. Портеру)

Примечание – Источник: [6].

Разработка стратегии торговой организации на рынке позволяет учесть данные факторы, обосновать наиболее эффективные направления деятельности.

Рыночная стратегия – это совокупность правил, которым должно следовать любое хозяйствующее подразделение, если его целью является достижение и поддержание конкурентоспособности в соответствующей отрасли.

Правильная и эффективная стратегия должна указывать пути достижения поставленных целей и удовлетворять требованиям шести критериев: внутренняя согласованность целей деятельности организации; согласованность целей с условиями окружающей среды; соответствие целей деятельности величине имеющихся ресурсов; допустимая степень риска; временной диапазон и эффективность.

Взаимодействие факторов, определяющих эффективность стратегии деятельности организации на рынке, представлено на рисунке 2.

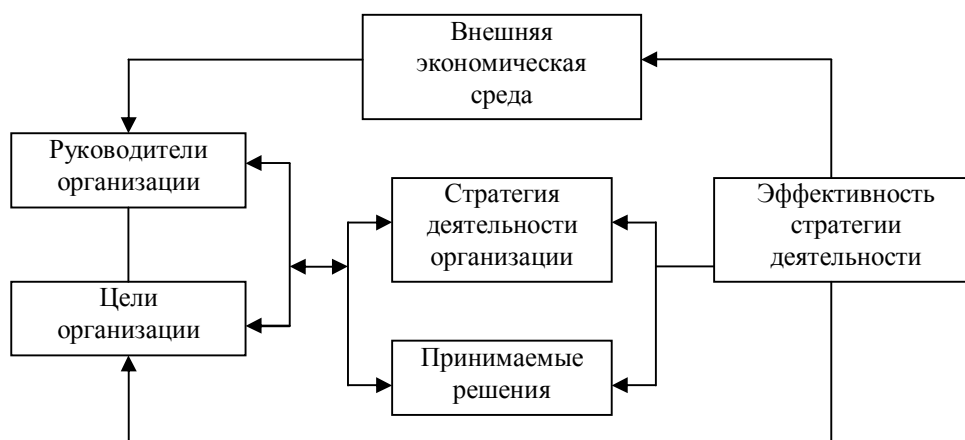


Рисунок 2 – Взаимодействие факторов, определяющих эффективность стратегии деятельности организации на рынке

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Разработка стратегии деятельности торговой организации, как и решение любой проблемы, предполагает следующие этапы: анализ информации о состоянии рынка и конкурентоспособности субъекта хозяйствования; определение целей стратегии деятельности; разработка прогнозов развития деятельности; оценка и выбор оптимального варианта стратегии деятельности; разработка программы действий и контроль за ее реализацией.

На первом этапе разработки должен быть проведен анализ внешней среды функционирования торговой организации и ее конкурентоспособности. Данный этап включает три части:

1. Исследование основных показателей рынка, на котором функционирует торговая организация и выявление тенденций его развития (определение доли рынка; размера покупательского спроса; степени освоения рынка конкурентами; возможностей рекламы и т. д.).

Оценка конкурентоспособности торговой организации, которая позволит использовать ее внутренние резервы и ресурсные возможности.

При оценке конкурентоспособности торговой организации необходимо учитывать, что в ее основе лежат две составляющие: качество торговли и экономическая эффективность. Качество торговли определяется конкурентоспособностью товаров и качеством торгового обслуживания.

Оценка экономической эффективности осуществляется с помощью системы показателей, включающей обобщающие показатели экономической эффективности (ресурсоотдача, доходность ресурсов, ресурсорентабельность, затратноотдача) и частные, в том числе фондоотдача, оборачиваемость активов, производительность труда и др.

Конкурентоспособность организаций изучается различными методами. Среди них можно выделить следующие: индикаторный, матричный, теория равновесия фирмы и отрасли, теория факторов производства, теория эффективной конкуренции, метод анализа иерархий, метод рангов, метод сравнения и др.

3. Анализ внешней среды функционирования торговой организации.

Внешняя среда состоит из двух групп компонентов: партнеров по хозяйственным связям и внешнего окружения.

Для учета состояния внешней среды организация должна организовывать изучение ее динамики, обращая особое внимание на те изменения, которые могут оказать неблагоприятное влияние на деятельность.

Второй этап разработки стратегии связан с определением целей и ключевых проблем в деятельности организации. Для организаций розничной торговли стратегическими целями могут быть следующие: например, достижение определенных финансовых показателей (прибыль на вложенный капитал), достижение определенного положения на рынке (объем продаж, доля на рынке), изменение сферы деятельности в продуктовом (диверсификация) или географическом плане и т. д. Основные требования, которые необходимо учитывать при определении целей следующие:

- определяется не одна, а несколько целей;
- цели должны быть реальными (выполнимыми) и подсказывать направление действий;
- цели должны быть конкретными.

Оптимальное решение можно найти путем построения «дерева целей», которое отражает взаимосвязь, соподчиненность целей различных уровней системы.

Если главная цель определена, то следующим этапом будет определение промежуточных целей. Среди них можно выделить повышение производительности труда, рациональное использование ресурсов, максимизация удобств для покупателей и т. п.

Для достижения целей второго уровня необходимо определить обеспечивающие целевые установки: эффективное взаимодействие с поставщиками и посредниками, финансовая устойчивость, совершенствование организации и управления и др.

Поставленные цели взаимосогласовываются, конкретизируются и количественно определяются в виде системы важнейших показателей хозяйственно-финансовой деятельности, к которым стремится данная организация.

На третьем этапе разрабатываются альтернативные варианты развития деятельности организации. С этой целью проверяется соответствие между поставленными целями и имеющимися ресурсами. Если имеющиеся ресурсы не позволяют обеспечить достижение поставленных целей, нужно вернуться ко второму этапу и откорректировать поставленные цели.

Четвертый этап – оценка и выбор оптимального варианта развития деятельности организации. На данном этапе осуществляется проверка степени выполнимости поставленных целей

и разработанных вариантов их достижения по следующим критериям: время достижения конечной цели, устойчивость по отношению к действиям конкурентов, финансовая обеспеченность и степень риска.

Пятый этап – разработка конкретной программы действий и контроль за ее реализацией.

Осуществление программы включает определение конкретных показателей по основным направлениям деятельности организации: объема товарооборота, прибыли, доходов, расходов и др.

Для обеспечения устойчивого положения организации на рынке определяют экономические границы объемов ее деятельности.

Контроль за реализацией программы предусматривает изучение динамики продаж, осуществление мер по повышению качества торговли. При осуществлении контроля четко выделяют три этапа:

- Сбор данных (Каковы результаты деятельности за определенный период времени?).
- Оценка данных (Насколько близко продвинулись к основной стратегической цели?).
- Проведение ситуационного анализа.

Если намечается существенное отклонение от намеченного хода программы, то она корректируется. В случае достижения поставленных целей выдвигаются новые задачи, определяющие будущую стратегию деятельности организации.

Особенное внимание повышению эффективности торговли уделяется в Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы [7].

Исходя из целей Концепции, перед торговой отраслью Белкоопсоюза до 2020 г. ставятся следующие задачи:

- дальнейшее развитие и оптимизация товаропроизводящей инфраструктуры торговли для обеспечения ее максимальной эффективности;
- стимулирование развития торговли в райцентрах;
- обеспечение условий для дальнейшего поступательного развития торговли в сельской местности;
- совершенствование традиционных форматов торговли, а также дистанционной торговли;
- улучшение имиджа торговой отрасли потребительской кооперации.

Данные направления позволят, на наш взгляд, повысить эффективность торговой деятельности организаций потребительской кооперации.

Таким образом, основная задача стратегического подхода состоит в разработке конкретных мероприятий, поддерживающих конкурентные преимущества за счет определения стратегических факторов успеха, значимости преимуществ данной организации и возможностей поддерживать эти преимущества в течение длительного периода времени.

Список использованной литературы

1. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 1991 год : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 1991. – 75 с.
2. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 1995 год : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 1995. – 75 с.
3. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005 год : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2005. – 75 с.
4. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2015 год : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2015. – 75 с.
5. **О выполнении** прогнозных показателей развития отраслей потребительской кооперации в 2016 году и задачах по укреплению финансового состояния организаций Белкоопсоюза : постановление общего Собрания представителей членов Белорусского республиканского союза потребительских обществ от 24 мая 2017 г. – Минск : Белкоопсоюз, 2017. – 5 с.
6. **Портер, М.** Международная конкуренция : [пер. с англ.] / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Новое знание, 1993. – 370 с.
7. **Об утверждении** Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 27 с.

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД И РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Обоснована и разработана методика количественной оценки величины трудового потенциала отдельного региона и степени его использования на основе системы групповых и интегральных показателей. Внедрение методики в систему государственного регулирования региона позволит получать комплексную оценку трудового потенциала, проводить сравнительный анализ степени использования, определить главные факторы, которые влияют на его формирование и использование, разработать меры, направленные на уменьшение диспропорций в территориальном развитии.

The method of quantitative estimation of the labor potential of a separate region and the degree of its use on the basis of system of group and integral indicators is substantiated and developed. Implementation of the methodology in the system of state regulation of the region will allow for a comprehensive assessment of the labor potential, conduct a comparative analysis of the degree of use, identify the main factors that have an impact on its formation and use, and develop measures aimed at reducing disproportions in territorial development.

Ключевые слова: потенциал; трудовой потенциал; трудовые ресурсы; трудоспособное население; занятые; штатные работники.

Key words: potential; labor potential; labor resources; able-bodied population; employed; full-time employees.

Трудовой потенциал региона является сложным и многогранным экономическим понятием, которое охватывает большое количество имеющихся и потенциальных характеристик экономически активного населения (здоровье, нравственность и умение работать в коллективе, творческий потенциал, активность, организованность, образование, профессионализм, ресурсы рабочего времени и др.), которые могут быть задействованы в процессе регионального развития. Выделяют ряд подходов к определению трудового потенциала региона: количественный метод, стоимостный метод, ресурсно-рейтинговый метод, метод оценки в относительном измерении трудового потенциала.

Факторами, которые негативно влияют на трудовой потенциал региона, являются низкий уровень оплаты труда, устаревшая технологическая база, недостаточная технологическая оснащенность, высокий уровень внешней трудовой миграции, избыток рабочей силы в сельской местности, недостаточное количество рабочей силы в промышленных отраслях и сельском хозяйстве, несбалансированность спроса и предложения, нерациональная отраслевая структура занятости в регионе.

Изучение динамики основных показателей, которые характеризуют изменение трудового потенциала региона, свидетельствует, что, с одной стороны, происходит увеличение численности населения, но уровень экономической активности уменьшается, остро стоит проблема трудоустройства молодежи в возрасте 24–30 лет, которая не имеет достаточного опыта работы. Из-за финансовой нестабильности большинство предприятий вынуждены уменьшать численность штатных работников. Для повышения эффективности использования трудового потенциала региона нужно обеспечить стабильную работу предприятий, активизировать систему подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, развивать инновационную деятельность.

Как считают некоторые исследователи [1–5], факторами формирования трудового потенциала являются условия, явления и процессы, которые способствуют превращению потенциальных возможностей лучшего использования трудовых ресурсов в действительность. Основательно провести их распределение через глубокую взаимосвязь и взаимопроникновение однозначно невозможно. Для экономической диагностики необходимо рассматривать совокупность факторов формирования резервов повышения эффективности использования трудового потенциала в составе таких групп: материально-технические, организационно-экономические, социально-экономические и экономико-демографические.

По нашему мнению, трудовой потенциал является сложным и многогранным понятием, которое охватывает не только количественные характеристики занятого населения, но и напрямую зависит от демографической и миграционной ситуации в регионе, экономической активности населения, показателей производительности и мотивации труда, профессионально-квалификационного уровня работников, их социальной защиты и состояния здоровья, а также уровня образования и культуры поведения, склонности к научной деятельности.

Для проведения комплексной оценки уровня трудового потенциала выделен ряд основных его компонентов: демографически-миграционный, экономически активный, продуктивно-мотивационный, профессионально-квалификационный, социально-оздоровительный, образовательно-культурный и научно-инновационный. Также разработана методика комплексной сравнительной оценки уровня эффективности использования трудового потенциала региона, которая предусматривает сравнение значений показателей с их средним уровнем, который сложился за весь анализируемый период.

Поскольку указанные показатели имеют разные единицы измерения и уровень направленности, для целей проведения комплексной оценки целесообразно осуществить их трансформацию в безразмерные величины – индексы. Это позволит обобщать уровень эффективности использования трудового потенциала как по отдельной компоненте, так и в целом по всем компонентам за отдельные годы анализируемого периода.

Возникает необходимость разработки методического подхода для проведения комплексной оценки уровня эффективности использования трудового потенциала региона. В настоящее время широко распространены подходы к проведению комплексной оценки на основе сравнительного анализа показателей-индикаторов в региональном разрезе. Но специфика данной оценки не предусматривает проведение сравнений показателей по административно-территориальным единицами региона. Поэтому среди подходов целесообразно выбрать тот, который предполагает сравнение значений показателей с их максимальным, минимальным или средним уровнем, который сложился за весь анализируемый период.

Учитывая то, что трудовой потенциал является величиной переменной, а достигнутое максимальное или минимальное значение показателя, характеризующее его отдельную сторону, не всегда отражает его реальный уровень, целесообразно за базу для сравнения взять средний уровень соответствующего показателя за весь рассматриваемый период.

На начальном этапе оценки целесообразно определять частичные уровни эффективности использования трудового потенциала по отдельным компонентам. На следующем этапе будет определяться групповой индекс эффективности использования трудового потенциала по отдельной компоненте за каждый год анализируемого периода отдельно. Исходя из выбранного подхода, этот показатель целесообразно определять как среднюю арифметическую простую значений индексов показателей-индикаторов, которые соответствуют данной компоненте.

В дальнейшем нужно определить интегральный индекс эффективности использования трудового потенциала в целом по всем компонентам за каждый год анализируемого периода отдельно. Этот показатель также целесообразно определять как среднюю арифметическую простую значений групповых индексов эффективности использования трудового потенциала по отдельной компоненте.

Таким образом, значения групповых и интегральных индексов эффективности использования трудового потенциала будут меняться в пределах близких к единице в большую или меньшую стороны. Соответственно, большее значение индекса характеризует высокий уровень эффективности использования трудового потенциала. При этом, среднее значение как групповых, так и интегральных индексов за весь анализируемый период будет равно единице.

Результаты оценки показали, что после 2011 г. происходит постоянный рост уровня эффективности использования трудового потенциала в Волынской области, что является значительным положительным явлением, особенно в кризисный период. Ведь кризис нужно рассматривать как катализатор оптимизационных процессов, проявляющихся в очистке экономической системы и способствующих повышению эффективности хозяйствования.

Согласно современным условиям структурно-инновационных преобразований экономики Украины, предложена концепция развития трудового потенциала, стержнем которой является система «объект – инновация – человек». Синергетический эффект взаимодействия элементов триады обеспечивает появление новых качеств, повышение эффективности деятельности предприятий. Конструктивизм предложенной концепции состоит в активном взаимодействии материальных и нематериальных составляющих системы с целью создания инновации. Материальные составляющие отождествляются с внедрением инноваций в производственную деятель-

ность предприятий, нематериальные – с поведенчески-мотивационными отношениями, которые отражаются в реализации творческих (креативных) способностей, опыте решения инновационных проблем, культуре и мотивациях умственного труда, специфических нематериальных активах. Экономическая сущность концепции позволила предложить комплексную схему обеспечения инновационного развития трудового потенциала на основании взаимодействия материальных и нематериальных ресурсов с целью создания конкурентоспособного продукта.

Разработаны концептуальные основы региональной политики обеспечения эффективного использования трудового потенциала в Волынской области, которая предусматривает в сфере улучшения естественной базы обеспечение расширенного воспроизводства населения и увеличение продолжительности его активной трудовой периода; в сфере развития образовательной базы – всестороннее развитие интеллектуальных, духовных и физических способностей личности, обеспечение рынка труда высококвалифицированной рабочей силой; в сфере занятости – создание материально-технических и социально-экономических предпосылок для занятости населения; в сфере регулирования социально-трудовых отношений – обеспечение защиты прав и гарантий граждан; в сфере политики доходов – усиление воспроизводственной, стимулирующей и регулирующей функций заработной платы, повышение трудовых доходов; в сфере охраны труда – снижение уровня производственного травматизма и профессиональных заболеваний, уменьшение факторов вредного воздействия на организм работающих и сокращение количества рабочих мест с вредными и тяжелыми условиями труда.

Определены базовые положения региональной стратегии повышения эффективности использования трудового потенциала, которая должна быть ориентирована на достижение таких целевых ориентиров: повышение эффективности государственного управления рынком труда; согласование рынка образовательных услуг с потребностями развития трудового потенциала; развитие фундаментальной науки и наукоемких отраслей экономики; повышение участия работодателей в развитии трудового потенциала; повышение роли государства в усилении мотивации к легальной продуктивной занятости и преодолении патерналистских установок населения.

Обоснованы основные положения программы развития трудового потенциала региона, которая направлена на приближение продолжительности жизни, особенно лиц трудоспособного возраста, к соответствующим показателям стран Европейского Союза; уменьшение количества несчастных случаев на производстве и снижение уровня профессиональной заболеваемости; рост уровня занятости населения и снижение уровня безработицы; распространение традиций здорового образа жизни; повышение профессиональной ориентации населения, переориентации рынка образовательных услуг на потребности рынка труда; формирование мотивации лица к постоянному углублению своих знаний, повышение уровня квалификации, развитие способностей; активизацию инновационных процессов в образовательной, научно-технической и информационно-коммуникационной областях; урегулирование миграционных потоков работников; повышение производительности труда; усиление мотивационной функции заработной платы; внедрение международных стандартов безопасных условий труда, новейших прогрессивных технологий.

Предложена схема функционирования Регионального центра оценки качества и развития трудового потенциала в Волынской области на базе Волынского областного центра занятости, деятельность которого будет направлена на создание эффективной системы привлечения высокопрофессиональных специалистов из ведущих высших и профессионально-технических учебных заведений к проведению независимой оценки качества трудового потенциала заинтересованных лиц, которые в дальнейшем будут направляться для прохождения повышения квалификации или переобучения в учебные заведения регионального уровня, в которых будет необходимо создать специализированные центры, а затем – рекомендоваться для трудоустройства в органах региональной власти и местного самоуправления, местных общинах, на предприятиях и в организациях различных форм собственности и организационно-правовых форм хозяйствования, в бюджетных учреждениях и общественных организациях различного уровня, функционирующих в регионе.

Список использованной литературы

1. Козар, В. В. Ефективність використання трудового потенціалу за умов модернізації економіки / В. В. Козар // Сучасні питання економіки і права. – 2014. – Вип. 1. – С. 33–38.

2. **Кравець, І. М.** Формування та використання трудового потенціалу регіону (на прикладі Хмельницької області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук ; спец. 08.00.07 / І. М. Кравець. – Київ, 2008. – 22 с.

3. **Офіційний** веб-сайт Головного управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>.

4. **Пасека, С. Р.** Соціально-трудоий потенціал регіону: оцінка стану з позицій потреб модернізації економіки регіону / С. Р. Пасека // Наук. вісн. Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1 : Економіка. – 2012. – Вип. 1. – С. 120–127.

5. **Шубалий, О. М.** Оцінка трудового потенціалу регіону в контексті визначення пріоритетів регіональної політики соціальної відповідальності / О. М. Шубалий // Економічний форум. – 2016. – № 2. – С. 362–370.

УДК 336:331.556(476)

N. Bandarenka (bondnata@mail.ru),
PhD (Economics)

State Institute of Management and Social
Technologies of the Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus

FINANCIAL PROBLEMS OF LABOR MIGRATION IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Labor migration is an important source of money inflow to the country for certain countries. The chapter concerns the trends of the international migration in Belarus. Special attention will be given to detailed analysis of the size and structure of the migrants' personal remittances in their basic elements, the countries of departure and countries of destination.

На современном этапе международная трудовая миграция является не только одним из главных факторов социальных преобразований как в странах-донорах, так и в принимающих странах, но и источником непрерывного движения денежных переводов между странами. В статье рассматриваются вопросы оценки объемов и структуры денежных переводов трудовых мигрантов в Республике Беларусь.

Key words: international migration; migrant's personal remittances; compensation of employees; personal transfers; capital transfers.

Ключевые слова: международная миграция; денежные переводы мигрантов; оплата труда; личные трансферты.

At present the world economy integration and globalization connected to free movement of goods and capital as well as human resources movement has a special relevance. Labor migration as an integral part of the international migration is followed by the continuous movement of the migratory capital (remittances) between the countries. Obviously, the global volumes of migration capital demonstrate a steady upward trend.

Money transfers are important not only because they helps the least well-off layer of the population to survive. They are considered to be both an additional source of financing the host country economy and an essential factor in its development.

Issues of the labor migration and migrants' personal remittances play a significant role for the Republic of Belarus. On the one hand, labor migration which involves a change in permanent residence leads to considerable losses of the human capital, and also promotes a deficit of the workers in some sectors of the Belarusian economy (construction, transport). On the other hand, the labor force migration allows reducing unemployment rate and poverty rate in the country. It also gives achance to gain a new experience and knowledge abroad to be used in Belarus on return. It improves the balance of payments of Belarus through the migrant's remittances too.

The current trends of migratory processes in Belarus. In conditions of natural population decrease, reduction of the growth of young people at the working age, decrease of the local labor force and, as a consequence, decrease of the employment rate of the population the attraction of labor migrants to the country is of great importance for Belarus. Figure 1 demonstrates that the number of the labor migrants in Belarus has increased by several times since the beginning of the 90s.

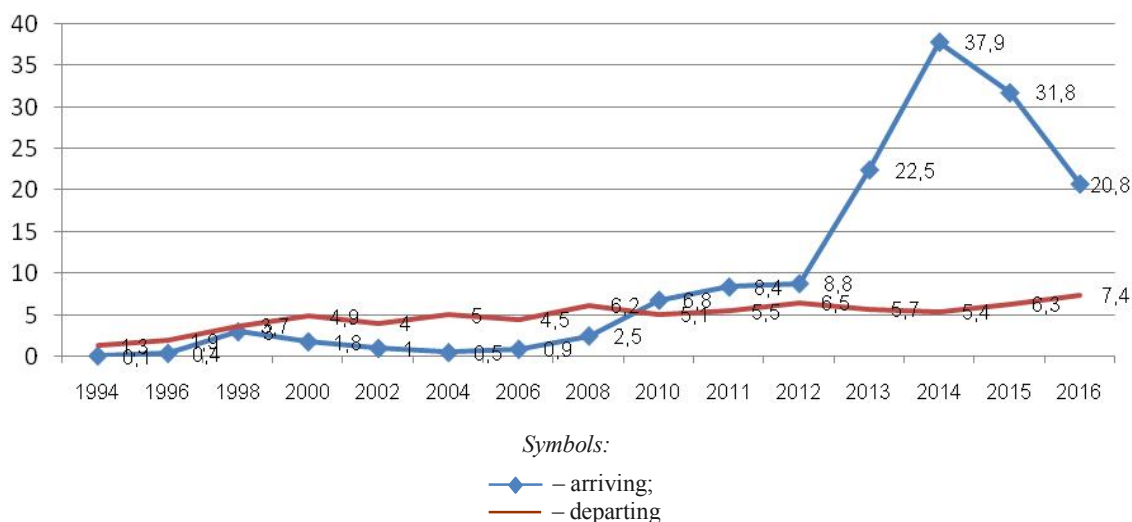


Figure 1 – The number of the migrant workers of the Republic of Belarus arriving and departing with the contracts for 1994–2016 (thousands of people)

Source: own study based on [1].

Figure 1 indicates that the Republic of Belarus appeared to be both a supplier of labor and the recipient throughout the analyzable period. Moreover, the numbers of coming labor migrants to Belarus was insignificant till 2010. The reason for it was rather tough national labor legislation. Only since 2010 the flows of immigrants began to grow quickly that is closely connected with a new Law of the Republic of Belarus on "External Labor Migration" (came in to force in July 12, 2011). It defined the order of employment of the foreigners permanently living in the Republic of Belarus [2].

At the same time divergence of flows on entrance (import) and departure (export) of labor migrants is characteristic for Belarus. While the number of those who left the country for work stably exceeded the number of those who arrived till 2009, the situation changed radically since 2010. The analysis of the labor migrants flow under contracts showed that in 2010 the number of those who arrived exceeded the number of those who departed by 1750 people, in 2012 it exceeded by 2 247 people, and in 2014 it already exceeded by 32 thousand people. This trend continues even now: according to the Department of Citizenship and Migration of the Ministry of Internal Affairs in the Republic of Belarus in 2016 the number of the arrived labor migrants was more than those gone abroad by 13.4 thousand people [1].

Thus, the international labor migration became an integral part of the modern world economy and is one of the main factors of social transformations both in donor countries and in host countries. One of the positive aspects of migration for the host country is the reduction in production costs as immigrant workers receive a considerably smaller salary than local workers, and also lowering of costs for its preparation in a case of qualified labor. Positive aspects of international migration for donor countries is the fact that people working abroad acquire new professional skills, experience, knowledge in the labor process. On returning to their homeland they use them to increase the productivity of labor [3].

In addition, international labor migrants make an increasing contribution to the economic development of the countries to which they moved as well as the countries from which they came by sending significant remittances to their relatives in the homeland. In other words, for donor countries labor migration is also an important source of currency inflow into the country. The remittances transferred to the country allow families to increase their consumption level, increase aggregate demand and stimulate the production development. In general, it gives a chance to the country to solve a complex of internal social and economic problems more successfully. Some part of the received money is invested in development of the national economy through purchasing shares, lands and real estate.

Proceeding from this not only the accounting of migration flows in the country but also the account, analysis and cost assessment of the labor migrants' remittances has a great importance at the present time.

The labor migrants' remittances in the Republic of Belarus. The International Monetary Fund defines labor migrants' remittances as a household income from foreign economies arising

mainly from the temporary or permanent movement of people to those economies [4]. They largely consist of funds and noncash items sent or given by individuals who have migrated to a new economy and become residents there, and the net compensation of border, seasonal, or other short-term workers who are temporarily employed in an economy in which they are not resident.

Remittances are transported through formal or informal channels. Formal remittance channels are those officially authorized to operate in the money transfer business, such as banks, money transfer operators, or other officially registered institutions. Semiformal remittance channels include formal institutions providing money transfer services outside the regulatory mechanisms of the country authorities. Informal remittance channels are outside of financial regulation and supervision but often legal (for example, transportation of the money or goods through boundary).

Remittances are derived mainly from two items in the balance of payments framework: income earned by workers in economies where they are not resident (or from nonresident employers) and transfers from residents of one economy to residents of another (figure 2).

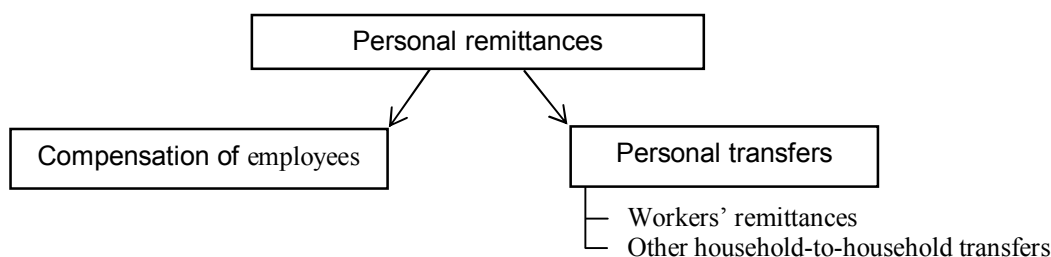


Figure 2 – The elements of personal remittances

Source: own study based on [3].

Compensation of employees refers to the income of border, seasonal, and other short-term workers who work in an economy where they are not resident, and to the income of resident workers employed by a nonresident entity. In other words, it is part of earnings of family members abroad which they give to their relatives in the homeland.

The trends of the compensation of employees received from abroad and paid abroad in the Republic of Belarus is provided in figure 3.



Figure 3 – The trends of the compensation of employees received from abroad and paid abroad in the Republic of Belarus for 2005–2016 (million dollars)

Source: own study based on [5].

Figures 3 proves that despite the excess of the number of the arrived labor migrants over number left labor migrants the flows of the compensation received from abroad considerably exceeded flows of its payments abroad throughout the researched period. Moreover, the volumes of flows from abroad tend to increase. So, in 2005 the amount of the received compensation of employees made 120.3 million dollars, then in 2010 it increased by 2.7 times to 327.7 million dollars and then next 5 years – by 2.16 times. In 2016 in comparison with 2010 the amount of the compensation of employees received from abroad increased more than by 27% and in comparison with 2005 – almost by 3.5 times. At the same time in 2016 in comparison with 2015 there was a slight decrease in labor earnings received abroad (by 0.5%) and a significant decrease in payments to non-resident labor migrants (by 36.9%).

Thus, it can be concluded that departure of labor migrants without the registered contracts (informal employment) exceeds the official labor exchange under contracts registered by Department of Citizenship and Migration of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Belarus by many times. Such an uncontrollable departure to work abroad is characteristic of Mogilev, Gomel and Vitebsk regions. It is mainly labor migration to border areas of Russia and until recently Ukraine. According to the estimates of the Belarusian scientists the independent labor migration of Belarusian labor much more exceeds registered and makes from 500 to 800 thousand people. And 75% of the labor migrants leave country for the purpose of employment in Russia. According to Federal Migration Service for January 1, 2015 there were 524 thousand people from Belarus on the territory of the Russian Federation [2] the majority of whom are involved in Russian economy.

The personal transfer is the second element of the personal remittances. Personal transfers consist of all current transfers in cash or in other forms made or received by resident households to or from nonresident households. In other words, the personal transfers include all current transfers between resident and nonresident individuals.

From the data of National bank of the Republic of Belarus it is obvious that from 2005 to 2016 the value of personal transfers received from abroad grew more than by 6 times (from 80.8 million dollars in 2005 to 503.1 million dollars in 2016) (table).

Tendency of the personal transfers in the Republic of Belarus for 2005-2016 (million dollars)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Personal transfers from abroad including:	80,8	92,8	131,7	169,5	170,1	247,6	395,5	458,6	592,6	521,9	507,9	503,1
workers' remittances:												
million dollars	78,5	90,1	128,3	164,0	165,2	198,8	350,4	400,2	522,8	447,6	423,2	432,2
%	97,2	97,1	97,4	96,8	97,1	80,3	88,6	87,3	88,2	85,8	83,3	85,9
Personal transfers abroad including:	52,1	67,9	98,2	159,7	123,0	103,8	121,4	125,9	125,1	130,2	112,5	88,6
workers' remittances:												
million dollars	51,9	67,8	96,6	156,9	120,8	86,5	106,4	111,2	103,3	94,8	52,6	42,4
%	99,6	99,9	98,4	98,2	98,2	83,3	87,6	88,3	82,6	72,8	46,8	47,9

Source: own study based on [5].

More than 85% of personal transfers listed to the economy of the Republic of Belarus are workers' remittances from abroad. To calculate the amount of remittances of the working migrants in the Republic of Belarus the information of the bank accounts is used. Based on this the amount of the remittances of individuals carried out through bank account is determined taking into account payments through international money transfer systems. Another more information source is data of RUP "Belpochta" on postal and electronic money transfers.

At the same time the problem of estimating the volumes of the cash transfers is typical for the Republic of Belarus. Such cash transfers are money which is taken by persons independently or through their intermediaries and isn't reflected in the banking statements. World Bank data indicate that official transfers of migrants make up only 29% of the world's real cash flows [3]. In the context of the fact that informal labor migration from Belarus is directed mainly to the Russian Federation, remittances from Russia are the main tool to transferring money from labor migrants to their families. Within it, the accounting and recording of such cash remittances due to the lack of sufficient information to carry out the quality control of their volume is the major current concern in Belarus.

The total value of personal remittances (the amount of employee's compensation and total value of the personal transfers) in the economy of the Republic of Belarus for 2016 made 830.4 million dollars that is by 7.8 times more than the size paid abroad and almost by 5 times more than the level in 2005. If to compare the volumes of all personal transfers arrived from abroad with the amount of direct foreign investment to the economy of the country then during the analyzed period the share of personal remittances was from 8 to 10% of the inflow of FDI into the Republic of Belarus. However, unlike investments flows, the remittances of labor migrants have a stable character and can be considered as a reliable source of foreign exchange earnings improving the credit rating of the country and, under other favorable conditions, promoting an economic growth.

Thus, all remittances coming to the national economy influence the development of the recipient country's economy to a greater or lesser extent. It doesn't depend on what channels to transfer the money labor migrants' use. However, officially registered personal remittances can be considered as a source of financing of the social and economic transformations carried out at the expense of migrants' money.

Conclusions. Migrants' remittances have a significant effect not only on a social and economic situation of a single country but also on the economic development of the whole regions of the world. The main factors influencing the value of migrants' remittances are the number of migrants, value of the salary received by them, availability of dependents, level of the household income, economic situation in the country receiving the migrant, exchange rates, etc. The transfers, as a rule, increase during the economic recessions, military conflicts or natural cataclysms. The amount of remittances increases and becomes more frequent during certain periods depending on the cultural or religious traditions of migrant groups, for example New Year, Christmas, etc.

In this regard the major tasks related to labor migrants remittances are:

- increase in openness and transparency of the money transfer market;
- direction of cash flows through legal channels;
- counteraction to use of cash flows for the purposes of organized crime and terrorism;
- improvement of legislation for joint supervision of the transfers between the partner countries.

Except listed the problem of expanding and improving sources of data on migrant remittances remains urgent for the Republic of Belarus. As mentioned above, in the Republic of Belarus the balance of payments data compiled by the National Bank on the basis of banks' reports and information on postal and electronic money transfers of RUP "Belpochta" are used to characterize the volume of such cash flows. However, the considerable part of remittances passes official channels and is carried by physical persons or by their intermediaries and isn't reflected in banking reporting. In this regard, carrying out special surveys of households and surveys of individuals (senders and recipients of the remittances) are becoming especially relevant. Such regular surveys have already been conducted in a number of countries: in Russia and the Republic of Kazakhstan – once a year; in Tajikistan – once a half-year; in Armenia – quarterly. In some countries one-time special surveys on migration and remittances of households are carried out (Moldova, Poland) [3].

References list

1. **The accounting** of migrant workers and workers emigrants for 1994–2016 // Department on nationality and migration of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Belarus. – Mode of access : <http://mvd.gov.by/ru/main.aspx?guid=323453>.
2. **Tikhonova, L.** Labor migration and migration policy of the Republic of Belarus within integration into the Eurasian Economic Union / L. Tikhonova, E. Krasinets // Log of international law and international relations. – 2015. – № 2. – P. 10–13.
3. **Gafurova, T.** Money transfers in system of indices of the balance of payments / T. Gafurova, B. Hitov // Banking messenger. – 2013. – № 4/585 (February). – P. 8–15.
4. **International** operations with money transfers. A manual for originators and users. – Washington : IMF, 2011. – 101 p.
5. **National** bank of the Republic of Belarus. – Mode of access : <http://www.nbrb.by>.

СОДЕРЖАНИЕ

ПИСАРЕНКОВСКИЕ ЧТЕНИЯ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА»	3
<i>Алексеевко Т. С., Злотникова Л. М., Мисюкевич В. И.</i> Труд и инновационное развитие экономики	3
<i>Байбардина Т. Н., Буцева О. А., Мищенко Л. В.</i> Программы лояльности как современная технология маркетинга для повышения конкурентоспособности розничных торговых организаций Республики Беларусь	6
<i>Байбардина Т. Н., Кожухова Г. Н., Якимик А. Я.</i> Тенденции формирования и внедрения программ лояльности в сетевой торговле Республики Беларусь	11
<i>Бондаренко В. С., Кожухова Г. Н., Митрахович В. В.</i> Парадигма устойчивого развития и категория экономической эффективности	15
<i>Бондаренко О. Г., Оксенчук Н. В.</i> Развитие инфраструктуры сельской торговли в Гомельской области	18
<i>Волчек Ю. А., Матвейчик М. Г.</i> Договор как средство управления экономическими и правовыми рисками	22
<i>Гапанькова А. Ф.</i> Взаимосвязь заработной платы и производительности труда в Республике Беларусь	24
<i>Гасанова Т. В., Бабушкина Е. П.</i> Управление социально-экономической эффективностью труда работников торговой организации	29
<i>Гуторова И. И.</i> Маркетинговые возможности развития ресторанного бизнеса	33
<i>Дробыш Л. В., Карпенко Ю. В.</i> Проблемы подготовки специалистов для сферы туризма в условиях модернизации экономики	36
<i>Егоров А. В.</i> Проблема долговой устойчивости экономики Республики Беларусь	40
<i>Емельянова Т. В.</i> О формировании лояльности потребителей в общественном питании	44
<i>Ермалович Л. П.</i> Изменение подходов к менеджменту в условиях цифровой трансформации	49
<i>Зеленкевич М. Л.</i> Проблемы формирования условий согласования денежно-кредитной политики в региональном союзе	52
<i>Злотникова Л. М.</i> Ценность труда в контексте трансформации общественных отношений	56
<i>Кадырова З. Х.</i> Актуальные вопросы подготовки специалистов экономического профиля	61
<i>Какалыева Г. Д.</i> Анализ товарооборота и его влияние на маркетинговую деятельность предприятия	64
<i>Капштык А. И.</i> Основные аспекты сущности инфраструктуры сельской торговли	67
<i>Кикоть И. И.</i> Управление платежеспособностью и эффективностью на основе бюджетов денежных потоков	71
<i>Климович Л. К., Коновалова Ж. Ч.</i> Совершенствование деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь на современном этапе: организационно-правовые аспекты	74
<i>Козырева Н. Н., Грузинов О. С.</i> Особенности развития мирового рынка вторичных ресурсов и Республики Беларусь	77
<i>Коновалов В. М.</i> Интернационализация высшего профессионального образования и деятельность ТНК	81
<i>Корженевская Г. М.</i> Актуальные вопросы развития медицинского страхования	84
<i>Коробкин А. З., Лацкевич Н. В.</i> Система показателей оценки эффективности использования оборотного капитала организаций потребительской кооперации	88

Кузнецов Н. В. Особенности применения аутстаффинга в жилищно-коммунальном хозяйстве	95
Кузьменко В. Л., Коваль С. А., Шевлюкова Е. Л. Электронная торговля ювелирными изделиями в России: состояние и перспективы развития	98
Куриленко В. В. Актуальные вопросы социальных гарантий развития персонала в Республике Беларусь	102
Ленская Т. И., Назарова М. С. Методические предложения по совершенствованию механизма создания и внутрикорпоративного взаимодействия в интегрированных формированиях	106
Макаров А. В., Макарова Н. Н. Использование функциональных возможностей веб-ресурсов в продвижении товаров организациями торговли	111
Максименко Н. В., Трофимова А. Н. Современные проблемы и концептуальные направления развития потребительской кооперации в современных условиях	116
Маталыцкая С. К. Концепция формирования финансовых результатов для оценки эффективности функционирования бизнеса	118
Машевская О. В. Инновационные процессы в сфере труда	123
Мисникова Л. В. К вопросу взаимосвязи роста производительности и оплаты труда	127
Мищенко В. А., Мищенко Л. В. Основные направления оптимизации логистических затрат в организациях потребительской кооперации	130
Назарова М. С. Практика организации маркетинговой деятельности в интегрированных агропромышленных формированиях мясопродуктового подкомплекса	134
Рудь Н. Т. Особенности организации труда для активизации инновационной деятельности	138
Рыбалко-Рак Л. А., Гусаковская Т. А. Управление качеством в отрасли торговли потребительской кооперации: генезис теории и практики	142
Седлухо О. В., Рубанова Н. В., Курсова И. Я. Проблемы регулирования оплаты труда руководителей	146
Середа О. В. Направления повышения эффективности труда персонала на предприятиях энергетической отрасли Волынской области	150
Слюсарева Е. А., Тишкова Т. М. К вопросу об эффективности труда по обслуживанию клиентов в потребительской кооперации Республики Беларусь	155
Сыроед Т. Н., Сиротко Ю. С., Коцур К. Б. Основные тенденции развития экономики Республики Беларусь, их особенности и роль в формировании рынка товаров и услуг	158
Трофимова А. Н., Максименко Н. В. Отдельные аспекты построения учета затрат заготовительно-производственных организаций	163
Ускевич Т. Г. Современный подход к издержкам обращения	167
Фуйор Е. В., Сандуца Т. П. Определение факторов и рисков, влияющих на финансовую устойчивость предприятий	171
Шаронов Ф. Р. Методологические аспекты анализа социально-экономической эффективности предприятий сферы услуг	175
Шишкова Е. Е. К вопросу разработки эффективной стратегии деятельности торговых организаций в условиях конкуренции	180
Шубалый А. М., Шубала И. В. Методический подход и результаты оценки трудового потенциала региона	184
Бондаренко Н. Н. Финансовые проблемы трудовой миграции в Республике Беларусь	187

TABLES OF CONTENTS

PISARENKO'S READINGS "THE EFFECTIVENESS OF THE SPHERE OF COMMODITY CIRCULATION AND LABOR"	3
<i>Alekseenko T., Zlotnikova L., Misyukevich V.</i> Work and innovative development of economy	3
<i>Baibardina T., Burtseva A., Mishchenko L.</i> Loyalty programs as modern technology of marketing for increasing the competitiveness of retail trade organizations of the Republic of Belarus	6
<i>Baibardina T., Kozuhova G., Jakimik A.</i> Tendencies of formation and introduction of programs of loyalty in network trade of the Republic of Belarus	11
<i>Bondarenko V., Kozuhova G., Mitrachovic V.</i> The paradigm of sustainable development and the category of economic efficiency.....	15
<i>Bondarenko O., Oksenchuk N.</i> Infrastructure development of rural trade in the Gomel region	18
<i>Volchek, Y., Matvejchik M.</i> Treaty as a means of managing economic and legal risks.....	22
<i>Hapankova A.</i> The relationship of wages and labor efficiency in the Republic of Belarus	24
<i>Gasanova T., Babushkina E.</i> Management of social and economic efficiency of labor of trade organization employees.....	29
<i>Gutorova I.</i> Marketing opportunities for the development of restaurant business	33
<i>Drobysh L., Karpenko I.</i> Problems of training specialists for the sphere of tourism in the conditions of modernization of the economy.....	36
<i>Egorov A.</i> The problems of the debt sustainability of the economy of the Republic of Belarus	40
<i>Yemialyanava T.</i> About development of client's loyalty in catering	44
<i>Yermalovich L.</i> Change of approaches to management in conditions of digital transformation	49
<i>Zelenkevich M.</i> Problems of formation the conditions for monetary harmonization in the regional union	52
<i>Zlotnikova L.</i> The value of work in the context of transformation of public relations.....	56
<i>Kadyrova Z.</i> Actual issues of training of specialists in economic area.....	61
<i>Kakalieva G.</i> The analysis of turnover and its influence on the marketing activity of the enterprise	64
<i>Kapshtyk A.</i> The main aspects of the essence of the infrastructure of rural trade.....	67
<i>Kikot I.</i> Credit worthiness and effectiveness management on the basis of cash flow budgets.....	71
<i>Klimovich L., Konovalova Zh.</i> Improving the activity of consumer cooperatives of the Republic of Belarus in modern times: procedural and institutional aspects	74
<i>Kozyreva N., Gruzinov O.</i> Features of development of the world market of secondary resources and of the Republic of Belarus	77
<i>Konovalov V.</i> Internationalization of Higher Professional Education and the Activities of TNCs.....	81
<i>Korjenevskaya G.</i> Topical issues of medical insurance development	84
<i>Korobkin A., Latskevich N.</i> System of indicators estimating productivity of current capital in consumer cooperatives organizations	88
<i>Kuznetsov N.</i> Features of application of outstaffing in housing and public utilities	95
<i>Kuzmenka V., Koval S., Shevlyukova E.</i> E-commerce jewelry in Russia: condition and development prospects	98
<i>Kurilenko V.</i> Actual issues of social guarantees of personnel development in the Republic of Belarus	102
<i>Lenskaya T., Nazarova M.</i> Methodical proposals on improvement of the mechanism of creation and intra corporative interaction in integrated formations	106

Makarov A., Makarova N. Using of the Web resources functionality in the promotion of goods by trade organizations	111
Maksimenko N., Trofimova A. Modern problems and conceptual directions of development of consumer cooperation in modern conditions.....	116
Matalytskaya S. The concept of the formation of financial results for assessing the performance of business	118
Mashevskaya O. Innovative processes in the workplace.....	123
Misnikova L. To the question of the interrelation of the growth of productivity and payment of labor	127
Mishchenko V., Mishchenko L. Main directions for optimizing logistic costs in organizations of consumer cooperation	130
Nazarova M. The practice of organizing marketing activities in integrated agro-industrial formations of the meat-producing sub-complex	134
Rud N. Peculiarities of labor organization for activating innovation activities	138
Rybalko-Rak L., Husakovska T. Quality management in the field of trade in consumer cooperation: the genesis of theory and practice.....	142
Sedlukho O., Rubanova N., Kursova I. Problems of regulating the remuneration of managers.....	146
Sereda O. The directions of increase in labor efficiency of staff at the enterprises of energy industry of Volyn region	150
Slyusarava E., Tishkovskaya T. Some issues on labor efficiency in customer servicing in the field of consumer cooperatives of the Republic of Belarus	155
Syroed T., Sirotko Y., Kotsur K. Main development trends of economy if the Republic of Belarus, their special aspects, role in formation of goods and services market	158
Trofimova A., Maksimenko N. Certain aspects of construction cost accounting procurement and production organizations	163
Uskevich T. The modern approach to trading costs.....	167
Fuio E., Sandutsa T. Definition of factors and risks influencing the financial sustainability of enterprises	171
Sharopov F. Methodological aspects of the analysis of socio-economic efficiency of service industries	175
Shishkova E. On the issue of developing effective strategies of retailers in terms of competition.....	180
Shubalyi A., Shubala I. Methodical approach and the results of assessing the labor potential of the region	184
Bandarenka N. Financial problems of labor migration in the Republic of Belarus.....	187

Научное издание

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
III ПИСАРЕНКОВСКИХ ЧТЕНИЙ**

Гомель, 9–10 ноября 2017 г.

За содержание и достоверность информации в материалах сборника отвечают авторы.

Редакторы: Т. В. Гавриленко, Е. Г. Привалова,
Е. В. Седро, Ю. Г. Старовойтова
Компьютерная верстка Е. А. Шведова

Подписано в печать 30.10.17. Формат 60 × 84 ¹/₈.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография.
Усл. печ. л. 22,78. Уч.-изд. л. 21,60. Тираж 16 экз.
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий
№ 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.
<http://www.i-bteu.by>

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
III ПИСАРЕНКОВСКИХ ЧТЕНИЙ**

Гомель, 9–10 ноября 2017 г.

Под научной редакцией
кандидата экономических наук, доцента
Т. В. Гасановой